

www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 73

май 2017 г. / цена 5 лв.

БЕЗЦЕННАТА
РЕПУТАЦИЯ

СТАРТ СЛЕД
РЕСТАРТА

СТРОИТЕЛИ В
СЪВРЕМЕННА
БЪЛГАРИЯ

Борислав Малинов:

**ДА ИЗПОЛЗВАМЕ
РЕСУРСИТЕ ОТНОВО**

ISSN 1314-376X



FORD TRANSIT COURIER

5
ГОДИНИ
ГАРАНЦИЯ
или 250 000 км

ГЕРОЙ НА ТРУДА



СПЕЦИАЛНА ЦЕНА ОТ

19 055 лв.
БЕЗ ДДС

Възможност за данъчен кредит
За повече информация посетете ford.bg

Посочената цена е за Courier Van Ambiente 1.5 TDCi 75 к.с. Снимката е с илюстративна цел.



MOTO-РФОНЕ

СПИСАНИЕ ИКОНОМИКА — ПРЕДСТАВЯ —



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.

8



МАЙ

2017

БРОЙ 73

- 8 БЕЗЦЕННАТА РЕПУТАЦИЯ
- 18 БОРИСЛАВ МАЛИНОВ: ДА ИЗПОЛЗВАМЕ РЕСУРСИТЕ ОТНОВО
- 24 КАК УПРАВЛЯВАЩИТЕ ДА ДЪРПАТ ЮЗДИТЕ
- 30 ДОБРА НОВИНА ЛИ Е ДА НЪЧНАТА РЕФОРМА НА ТРЪМП
- 32 ЕВРОПА МЕЖДУ ПРОТЕКЦИОНИЗМА И СВОБОДНАТА ТЪРГОВИЯ
- 35 БРЕКЗИТ ТЛАСКА ВЕЛИКОБРИТАНИЯ КЪМ ПАРТНЬОРСТВА В БЛИЗКИЯ ИЗТОК
- 38 Н.ПР. ТОМ ВАН ООРСХОТ: В ХОЛАНДИЯ ИМА ОГРОМЕН ПАЗАР ЗА БЪЛГАРСКИ АГРОПРОДУКТИ И ВИНО
- 40 СТЕФАН ЙОНКОВ: БИЗНЕС С ГЕРМАНИЯ СЕ ПРАВИ ПРИ СТРИКТНИ ПРАВИЛА И ПРОЗРАЧНОСТ
- 44 ТЪРСЯТ СЕ ПОЛИТИЦИ НОВАТОРИ
- 46 ИГОР ЛЕВИН: ХОРАТА СА РЕСУРСЪТ ЗА ВСЯКА ИНОВАЦИЯ
- 50 ИНОВАЦИИ В КЛАСИЧЕСКИ ПРЕВОД
- 52 СТАРТ СЛЕД РЕСТАРТА
- 54 ПРОМЯНАТА ЗАПОЧВА ОТВЪТРЕ
- 56 ИВАН ПАПАЗОВ: КОНТРОЛЪТ ТРЯБВА ДА Е ЕДНАКЪВ И ЗА МАЛКИТЕ, И ЗА ГОЛЕМИТЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ
- 58 РАДОСЛАВ ГАЙДАРСКИ: СОФТУЕРЪТ СТАВА СЪЩЕСТВЕНА ЧАСТ ОТ ВСЕКИ БИЗНЕС
- 62 ЯНИК МЕКУШИН: АРОМАТЪТ Е ПРЕДВЕСТНИК
- 64 ЮРИЙ ГЛЯНЦЕВ: НЕИЗПОЛЗВАНИЯТ ПОТЕНЦИАЛ ИМА СРОК НА ГОДНОСТ
- 66 СТРОИТЕЛИ В СЪВРЕМЕННА БЪЛГАРИЯ
- 72 ИНДУСТРИЯ, КОЯТО ПРЕВЪРЩА БЪДЕЩЕТО В НАСТОЯЩЕ
- 76 СОФИЯ ТЕХ ПАРК - АДРЕСЪТ ЗА ИНОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ
- 80 ДИГИТАЛНОТО БЪДЕЩЕ ДНЕС
- 82 ВАНЯ МАНОВА: ПЛАЩАНЕТО ЧРЕЗ РОБОТ ВЕЧЕ НЕ Е ФАНТАСТИКА БЛАГОДАРЕНИЕ НА MASTERPASS

18



52



66



94



88

СЪДЪРЖАНИЕ 4



- 86** КАК ДА СТАНЕМ Е-ГРАЖДАНИ НА ЕСТОНИЯ И ЗАЩО
- 88** ТЕХНОЛОГИЧНИЯТ УСТРЕМ НА КИТАЙ
- 90** БОТОВЕ VS. ХОРА
- 94** БИТКАТА НА ФЛАГМАНИТЕ
- 96** FACEBOOK ЗАЛАГА НА ДОБАВЕНАТА РЕАЛНОСТ
- 98** НОВА ЗВЕЗДА НА ИТ ХОРИЗОНТА
- 100** ЗА ИЛИ ПРОТИВ КОРПОРАТИВНИТЕ СТАРТЪП АКСЕЛЕРАТОРИ
- 104** КИБОРГИТЕ - НОВАТА СТРАСТ НА ИЛЪН МЪСК
- 106** ВОДОРОДНИТЕ САМОЛЕТИ
- 108** КАК КИТАЙ СЕ ОТКАЗА ОТ ГЛОБАЛНА МОРСКА ДОМИНАЦИЯ
- 110** „СИНИЯ ИКОНОМИКА“ ОТ СРЕДИЗЕМНО МОРЕ
- 118** БИОСТОПАНСТВОТО НА ПРИНЦ ЧАРЛЗ
- 120** БУРОВ - БАНКЕРЪТ ДЪРЖАВНИК В ЕДНА ЗЕМЯ НА ПРИЦЕЛ
- 124** БЕЛЧО ГОРАНОВ: БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА ОРГАНИЗИРА МЛАДЕЖКИ ОЛИМПЕЙСКИ ЗИМНИ ИГРИ
- 136** ИРАНСКИЯТ ГРАД НА ПЪРВИТЕ НЕЩА
- 140** КАНАДСКОТО БИЖУ НИАГАРА НА ЕЗЕРОТО



110



136

РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА МИРЧЕВА,
главен редактор



БОГАТСТВОТО НА ДОБРОТО ИМЕ

Добрата репутация е повече от богатството, твърди латинска сентенция. В света на бизнеса тя е един от най-ценните активи, категорични са специалистите. В днешния свят на заливаща ни информация и тотална власт на интернет и социалните мрежи управлението на корпоративния имидж е все по-динамична задача.

Репутацията е пъзел от много елементи – качество, професионализъм, отдаденост на работата, устойчиво развитие. Но преди това всичко – доверие. Компаниите все повече си дават сметка за властта, която придобива тяхната репутация над техния бизнес, и започват да отделят все повече внимание и ресурси за изграждането и поддържането на добро име. Затова и насочват специални ресурси за управлението на своята репутация. Как да се справят успешно в дигиталния свят коментират експертите в основната тема на броя.

Устойчивото развитие е акцент и в интервюто на броя с председателя на Надзорния съвет на „Норд холдинг“ Борислав Малинов. С него разговаряме за отговорното използване на ограничените ресурси на планетата, което е основен принцип на кръговата икономика.

Представяме и много истории за иновации, успех и визионерство.

Приятно четене!

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

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

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

Счетоводство: София Стрелкова;

Реклама и Маркетинг: Калин Константинов konstantinov@economic.bg

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

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

Дизайн: Едуард Лилов; Фото корица: Александър Нишков;

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

Сдружение дава стипендии на младежи за магистратура в чужбина

Сдружение „Тук-Там“ ще даде три стипендии на българи, приети да учат магистратура в чужбина. Проектът „Иди, учи и се върни“ набира кандидати за втори път, а сумата на всяка една от стипендиите е 10 хил. лв.

Крайният срок за кандидатстване е 24 май, а част от условията са кандидатът да има само българско гражданство и да притежава бакалавърска степен, придобита между 1 януари 2012 и 31 юли 2017 г.

Стипендиантите ще бъдат избрани от комисия от вътрешни и външни оценители и обявени на 29 юни. Предимство ще бъде дадено на тези, които до момента не са учили в чужбина и за които стипендията е от решаващо значение.

В първото издание през 2016 г. бяха раздадени три стипендии за образователна степен магистър на обща стойност 11 хил. лв. Условията за кандидатстване може да се намерят на fund.tuk-tam.bg.



Балканският винен конкурс и фестивал BIWC 2017 със социална кауза



Шестото издание на Балканския винен конкурс и фестивал (BIWC 2017) ще се проведе от 1 до 4 юни 2017 г. в Гранд хотел София. България отново ще бъде в центъра на вниманието на световната винена общност и затова една от целите, които форумът си поставя, е стартиране на кампания против рака на гърдата, която върви в целия свят под мотото: #winelover against cancer, за повишаване на осведомеността и начините за превенция на заболяването. По време на изложението могат да бъдат закупени специ-

ални фланелки, средствата от които ще отидат за борба с коварното заболяване. Кампанията стартира през 2015 г. и ще се проведе за първи път в България.

Създателят на световното движение #winelover Луиз Алберто ще бъде част от международното жури на Балканския винен конкурс 2017. Той, както и д-р Патрик Фарел MW са инициаторите на благородната кауза.

Един от партньорите на #BIWC2017

#winelover against cancer е Balkan Fashion Week (5-10 юни 2017), които ще излъчат старта на кампанията на живо от София към Париж, Барселона, Ню Йорк, Лондон, Москва, Токио, Лисабон, Милано и др.

Шестото издание на Балканския конкурс и фестивал отново ще събере 4 топ Masters of Wine – председателя на журито Константинос Лазаракис MW - Гърция, Каролайн Гилби MW – Великобритания, Кристи Кентърбъри MW – САЩ, и Род Смит MW – Франция.

КАМПАНИЯ

организирана от КРИБ
и списание “Икономика”

БИЗНЕС *на* СВЕТЛО

С подкрепата на:



ГРИЖАТА ЗА
ДОБРОТО ИМЕ,
ЗА ИМИДЖА
И АВТОРИТЕТА
МНОГОКРАТНО
ЩЕ ВИ СЕ ОТПЛАТИ



БЕЗЦЕННАТА РЕПУТАЦИЯ



автор: **Татяна Явашева**

Репутацията е като красив съд, който, ако се счупи, може да бъде залепен, но хората винаги ще се взират в пукнатината. Казват, че лошата рана може да заздравее, но не и лошата репутация. Отнема години да изградиш добра репутация и само миг, за да я съсипееш, предупреждават именити бизнес

лидери. Твърди се дори, че доброто име е за предпочитане пред голямото богатство. Днес глобализацията и интернет правят света все по-малък, затова корпоративният авторитет има силата на магнит.

АКТИВ

Специалистите твърдят, че репутацията е стра-

тегически актив на фирмата. Когато потребителите имат информация за лоша репутация на даден бранд, те стават чувствителни към качеството на предлаганите продукти и услуги. Повечето хора биха се отказали от покупка, ако прочетат в интернет негативно мнение за нещо, към което са се насочили. Недоволството от качеството на определени стоки и услуги бързо се споделя в онлайн пространството. Така репутацията става по-уязвима от всякога. Същевременно добрата репутация е своеобразен „щит“ по време на криза и позволява по-бързо възстановяване. Ето защо тя е икономически актив от изключителна важност, който помага за задържане и привличане на клиенти. Според китайска поговорка от репутацията зависи кои врати ще се отворят за вас и кои не.

Доверие

Репутацията има силно отражение върху самия бизнес. Тя е като пъзел от много елементи, но е и фактор в растежа на всяка марка и на всеки бранд. Репутацията работи или за вас, или срещу вас. Тя по-малко зависи от това, което казвате, и много повече се влияе от онова, което правите или не правите. Репутацията е доверие. Тя е колективна оценка за начина, по който се представя една организация, даден бранд или продукт. Пряка е връзката между добрата репутация и финансовата възвръщаемост.

Управление

Репутацията е функция на много променливи. Основното, за което трябва да се грижи една компания,



желаеща да изгради добро име, е качеството на продуктите и услугите, които предлага. Успешните компании създават страст към своите марки, те управляват риска и предвиждат потенциалните проблеми, държат на корпоративната отговорност, инвестират в организационната култура и структура, изпълняват стриктно сключените договори, обучават специално служителите, които имат пряк контакт с клиентите. Репутацията се изгражда и чрез правилна комуникация с медии и клиенти, чрез въвеждане на иновации и поддържане на визия на лидерство... Бизнесът усеща диктата на репутацията и вероятно не е далеч времето, когато много от компаниите ще имат главен мениджър по репутацията.

Власт

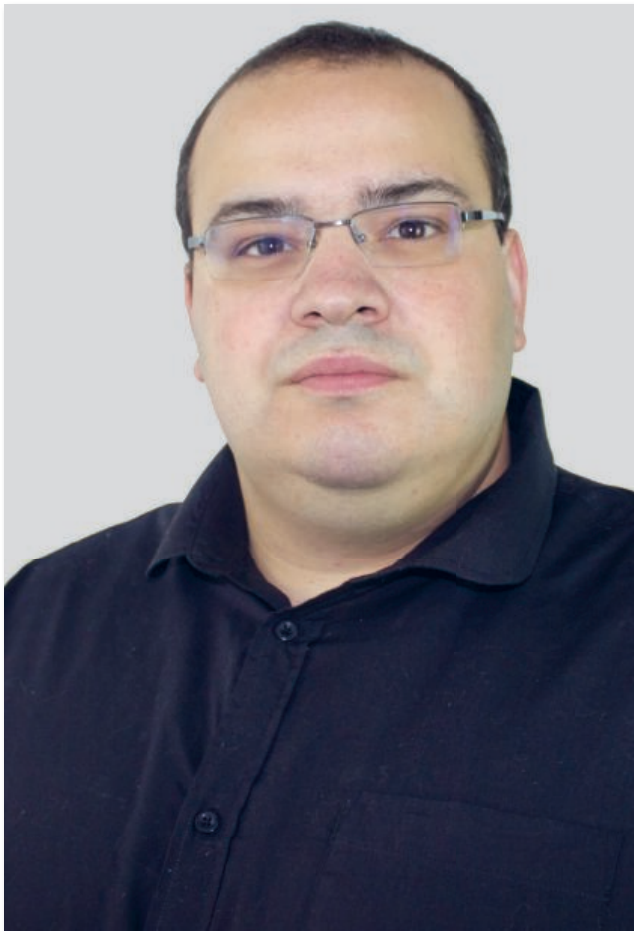
Репутацията е важна във всеки момент от същест-

вуването на компанията, но има особено значение при извънредни ситуации: кризи, придобивания, операции на капиталовите пазари. Компаниите все повече си дават сметка за властта, която придобива тяхната репутация над техния бизнес, и те започват да отделят все повече внимание върху изграждането и поддържането на добро име. Интернет и социалните мрежи се превърнаха във властови фактор, който кара компаниите да насочват специални ресурси за управлението на своята репутация.

Който осъзнае коварството на този феномен, ще намери начин да го управлява.

Сп. „Икономика“ предлага три гледни точки по темата.





Калин Василев е председател на Българската асоциация за дигитален маркетинг, той е и основател на първата дигитална агенция за управление на онлайн репутация. Неговият опит включва 10 години работа по проекти, свързани с управление на онлайн репутация и оптимизация на сайтове за търсачки. Заедно с професионалистите от своя екип създават и развиват цялостни интернет маркетинг стратегии за позициониране на бизнес в онлайн среда, като управляват дигитални кампании за водещи компании в страната.

Калин Василев:

Мненията за вас са на един клик разстояние

Калин Василев, какво е добрата репутация?
 - Тя е основен показател за растежа и развитието на даден бизнес. Без нея е немислимо увеличаването на пазарен дял или печалба. Добрата репутация е инструментът, с който подтикваме потребителите при вземане на решение за покупка да изберат точно нашия продукт или услуга.

- Репутация онлайн и репутация офлайн – в какво е разликата в доверието към една компания?

- Днес всеки е онлайн и все повече животът ни зависи от онлайн средата. Преди да изберете хотел за своята почивка или да купите нов уред, проверявате в интернет какви са отзивите за него. Онлайн репутацията и мненията за вашата компания са на един клик разстояние от вашите потенциални клиенти. Ако отзивите за вашите продукти не са позитивни, няма да може да спечелите лесно доверието на бъдещия си клиент. Ако не сте коректен работодател, трудно бихте намерили качествени и полезни служители, защото несъмнено за вас са споделени негативи в платформи, където се публикуват мнения за работодатели.

- Как компаниите да управляват репутацията така, че тя да не управлява тях?

- Добре е да осъзнаят нуждата от положителна репутация. Твърде малко са компаниите, а и мениджърите, които проверяват какви резултати се появяват за тях в търсачките, какво е мнението за техните услуги и продукти. Лошата онлайн репутация може бързо да унищожи един бизнес. Репутацията е процес, който мениджмънтът трябва да управлява и да синхронизира с маркетинг

активностите на компанията.

- Как бизнесът да се предпази от онлайн изненади, които може да нанесат поражения върху неговия имидж?

- Най-вече редовно да проверява чрез търсачки като Google какви резултати излизат за бизнеса и за управляващия екип. Редовно да следи сайтовете за ревюта и мнения за работодатели. Ако един бизнес иска да преуспее онлайн – той трябва да е отворен и коректен към потребителите. И да не забравя, че над 70% от потребителите са по-склонни да пишат негативни мнения за даден продукт или услуга, отколкото да го похвалят.

- Какво друго е добре да знаят компаниите за фактора „Репутация“?

- Каквато е репутацията на тяхната компания, на техните продукти или услуги – така ще ги приемат и потребителите. Управлението на онлайн репутацията въздейства пряко върху два от основните етапи при вземането на решение за покупка – търсене на информация и оценка на избраните продукти. Ако дадена компания се представи добре в тях – на 90% е спечелила клиента.

- Споделете някои основни общовалидни правила в грижата за добро име.

- Препоръчвам компаниите да бъдат открити. Хората обичат да получават информация - все пак това е най-ценният ресурс в днешно време. Затова давайте полезна информация на своите потребители и на своите партньори. Несъмнено по този начин ще изградите доверие помежду си. Споделяйте. Бъдете коректни. Доброто име се гради с време, но лошото се разпространява твърде

· НАД 70% ОТ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ СА ПО-СКЛОННИ ДА
 · ПУБЛИКУВАТ НЕГАТИВНИ ОТЗИВИ ЗА ДАДЕН ПРОДУКТ
 · ИЛИ УСЛУГА, ОТКОЛКОТО ДА ГО ПОХВАЛЯТ

бързо.

- Скъпо ли е да се поддържа добра репутация на компанията?

- А колко ви е скъп бизнесът, който управлявате? Всеки собственик или управител има цел пред себе си - да развива компанията и да увеличава нейния пазарен дял, да постига по-високи печалби. Ако нямате добра репутация – всичко това е немислимо. Като стойност на услугата, тя задължително трябва да бъде част от цялостната маркетинг стратегия на дадена компания. Ако дейността на фирмата е зависима от интернет присъствието, а днес може би само монополният пазар не е, тя трябва да отделя част от общия бюджет за маркетинг и реклама. Управлението на онлайн репутацията е на върха на пирамидата – като се започне от корпоративния уеб сайт, премине се през присъствие в социалните мрежи като Facebook и Twitter, оптимизация за търсачките, дори създадените рекламни кампании и посланията, които изпращате на потребителите, са част от изграждането на добрата репутация.

- Какви действия да предприемат компаниите при възникване на онлайн криза, свързана с репутацията?

- Съветът ми е да не прибързват с действията си. Хубавото на интернет е, че сравнително лесно и бързо можете да разберете първоизточника на дадена криза или

негативна кампания срещу вас. Опитайте да намерите откъде и защо е започнал проблемът. Трябва да приобщице на своя страна т. нар. influencers (англ. - влиятелни хора), които да защитават бранда и името ви по време на кризата. Първите 2-3 дни са най-критични. След това, анализирайки обхвата на негативната кампания, вече може да се предприемат конкретни действия. Но ако се грижите за позитивното си присъствие в глобалната мрежа ежедневно, а не само по време на кризи, рискът от загуби е минимален.

- Кои са някои от най-новите моменти в мениджмънта на корпоративния имидж?

- Първо, мониторинг и постоянно наблюдение в търсачките и социалните мрежи - следете какво се пише за вашата компания и за вашия бранд. Второ, това е съдържание, генерирано от потребители. Клиент купува ваш продукт и си прави селфи с него, публикува го в профила си във Facebook или Instagram – помислете как може да стимулирате и другите да го направят, защото по този начин създавате силна връзка между вас и вашите клиенти. Не на последно място е важноста на потребителските ревюта и отзиви, които се създават в специализираните сайтове. Наблюдавайте какво се пише за продуктите или услугите ви, интересувайте се какво е мнението на вашите служители за мениджмънта. Никога не игнорирайте какво се случва „вътре“ във вашия екип, защото вашите служители са посланици на вашата марка, а в момент на криза точно те трябва да я защитават.





Милена Ален е изпълнителен директор на „Корпорейт престиж“ ЕООД. Притежава магистърска степен по социални науки от СУ „Св. Климент Охридски“ и магистърска степен по икономика от УНСС. Има специализация по информационен мениджмънт в университета за приложни науки SAXION в Девентер, Холандия. От 2003 г. работи в сферата на събитийния мениджмънт, корпоративните комуникации, маркетинг и ПР. Владее свободно френски и английски език.

Милена Ален:

Доверието е скъп актив

Г-жо Ален, за вас добрата репутация е...

- ... най-ценният актив за всяка личност и бизнес субект.

- Как компаниите да управляват репутацията така, че тя да не управлява тях?

- Когато говорим за „управление на репутацията“, ние, специалистите, понякога неволно, а понякога преднамерено внушаваме, че това е тежък и труден процес, понятен на малцина. Да, безспорно това е отговорна и непрекъсната дейност без почивен ден, която започва от момента на създаването на компанията. Ще го кажа така: репутацията на компанията е резултатът от работата на всички звена в нея и на взаимодействието им с външния свят. Резултатът обаче започва с изграждането на компанията отвътре. Аз съм на мнение, че репутацията действа и като коректив на компаниите, затова понякога няма нищо лошо тя да управлява тях.

- Доколко обаче добрият корпоративен имидж подлежи на управление? Откъде може да дойдат най-големите изненади?

- Нека преди всичко да изясним термините имидж и репутация, които често се използват като синоними, но не е съвсем така. Имиджът е нашата логическа оценка за дадена компания. Репутацията е нашата емоционална свързаност с нея – това е много по-силна връзка, затова пораженията върху репутацията са по-трудно поправими. Това е управляем процес, както всеки друг. Кризи винаги възникват и дори най-опитният консултант

не владее стихииите, които могат да навредят на добрия имидж. Това може да са инциденти с ключови лица за компаниите, здравословни проблеми у потребителите от произведени некачествени продукти, трудови инциденти и много други. Доказано е обаче, че компании с добър имидж се възстановяват много по-бързо от онези, които не са изградили никакъв или пък се ползват с лошо име. Важно е при настъпването на увреждащо събитие да реагираме незабавно и компетентно.

- Всъщност защо репутацията е важна и какво зависи от нея?

- Загубата на репутация е критична за съществуването на всеки бизнес или най-малкото може да доведе до загуба на доверие в продуктите, услугите или личностите зад фирмите. Това доверие може да бъде възстановено с години. Никой не иска да работи с компрометирани компании или да купува некачествени стоки.

- Какво е добре да знаят компаниите за фактора „Имидж“ – още от своето създаване и в процеса на своето развитие и разрастване?

- Първите стъпки след създаването на всяка компания са изграждането на нейната идентичност, с която тя става разпознаваема. За добро или не, именно в бизнеса най-вярно е правилото „по дрехите посрещат“ – логото, уебсайтът, виртуалният образ на компанията са нейните „дрехи“. Когато обаче опаковката е лъскава, а продуктите, услугите, физическият контакт с компанията не са на ниво, всеки знае до какво води това.

- Как бизнесът да се грижи за своето добро име

⋮
⋮
⋮

РЕПУТАЦИЯТА ДЕЙСТВА И КАТО КОРЕКТИВ НА КОМПАНИИТЕ, ЗАТОВА НЯМА НИЩО ЛОШО ПОНЯКОГА ТЯ ДА ГИ УПРАВЛЯВА



и да гради доверие сред партньори, клиенти и потребители – някои основни общовалидни правила?

- Най-краткият отговор е като спазва стандартите за добри практики на бизнеса, в който работи, и го прави почтено. Ако компанията уважава служителите си, работи с необходимия професионализъм и се развива устойчиво, не е необходимо много повече.

- Активностите, свързани с корпоративната социална отговорност (КСО), имат ли силата на универсално „почистващо средство“?

- Не. Аз неслучайно говоря за устойчиво развитие, защото КСО политиката не е луксозна добавка в политиката на фирмата. КСО не е просто дарение за подпомагане на една или друга кауза, които да употребим за популяризиране на дадена марка или да внушим съпричастност. Впрочем обичайната практика изисква това да се прави анонимно. В корпоративния свят от години вече се говори за устойчиво развитие, което включва добро корпоративно управление, безупречна финансова култура, инвестиции в бизнеса, в нови про-

дукти, в развитие на човешкия капитал, ангажиране с проблемите на общността, в която бизнесът се развива, отговорност към околната среда и т. н. Липсата на който и да е от изброените фактори означава, че компанията просто не се развива устойчиво.

- Какви действия да предприемат компаниите при възникване на криза, свързана с репутацията и доброто име?

- Незабавни и категорични. Без да навлизам в детайли, защото кризите са от различен мащаб и е необходимо да се оценят потенциалните щети от тях, за да се реагира адекватно, но те се случват и при най-добрите. Замазването, отклоняването на вниманието и отлагането да се намери разрешение на проблема никога не е добър ход. Затова по-добрата стратегия е компаниите да изготвят и да приемат правила за действия при възникване на ситуации, които са от критично значение за репутацията на фирмата. А когато въпреки всичко се стигне до подобно развитие, да ползват опитни професионалисти в овладяването им.



Д-р Велиян Димитров е експерт с богат опит в конструирането на системи за сигурност на корпоративни ИКТ, центрове за мониторинг и управление, телемедицина и мениджмънт на големи интеграционни проекти. Понастоящем преподава в Университета по библиотекознание и информационни науки дисциплини, които са свързани с киберсигурността и конструирането на интегрирани софтуерни системи и управление на жизнения цикъл на системите от ИКТ. Участва в редица национални и международни проекти, които са свързани с киберсигурността. Работил е в частни компании като системен архитект и проектен ръководител, а до 2003-а е служил в Българската армия, където е започнал през 1984 г. като програмист и преподавател във Военна академия „Г. С. Раковски“, а впоследствие е участвал в много научноизследователски и развойни проекти.

Д-р Велиян Димитров:

Подценяването на киберсигурността има висока цена

Д-р Димитров, през призмата на вашия професионален опит кои са ключовите моменти за добрата бизнес репутация?

- Днес върху бизнес репутацията се отразява и състоянието на сигурността на ИКТ системите на организациите. Повърхността за заплахи, от която може да произтече инцидент по сигурността, е предпоставка за въздействие и последици върху репутацията на даден бизнес. Тя може да е неприятно голяма, тъй като не се състои само от данните, които трябва да опазим от изтичане от сървърите. Цялостното представяне на компаниите в интернет с частни сайтове с отделни домейни, развиване на широки кампании в социалните мрежи, интерфейсите към приложения на доставчици и пласментната мрежа, различни облачни услуги, които се използват регламентирани по служебен път или нерегламентирано чрез мобилните телефони и преносимите устройства, в които служителите пазят данни - всичко това носи потенциален риск за репутацията. В интернет са публикувани много истории за откраднати лаптопи, в които се оказват незащитени чувствителни данни. При изследванията на причините за уронване на репутацията на компаниите сигурността има 55%, докато бизнес стратегията - около 40%.

- Кои са „естествените технологични врагове“, от които репутацията на даден бизнес може да пострада?

- Предполагам, че зад всеки технологичен враг има скрити много конкуренти от реалния бизнес и от „подземния интернет“, които биха се възползвали. Доста успешни компании тръгват от един гараж, а след много от изчезналите остават медийните съобщения за последния инцидент по сигурността на системата им от ИКТ: изтичане на данни, разрушаване на данни или привеждане на да-

ните в състояние, в което не са достъпни, изтичане на документи, ноу-хау. Липсата на технологии за сигурност е честа практика, която може да доведе до неприятни ситуации. Пропускам мобилните телефони, в които подобни мерки са рядкост. Дори когато определена организация е наситена с технологии за сигурност, остава изискването те да се прилагат грамотно. Технологиите трябва да се прилагат непрекъснато и в актуален вид, за да отговорят на най-новите заплахи. Най-често служителите не са добре подготвени за тази дейност, а и текучеството на кадри води до неустойчивост на този процес.

- Кои са някои от популярните кибермитове?

- Управляващите на близо четвърт от малките предприятия смятат, че техните данни в системите не съдържат информация, която би засегнала бизнеса им. Те подценяват сериозно стойността на този актив, а в масивите се съдържа информация за интелектуалната собственост, за доставчиците, за служителите, за банковите сметки. Недоволен служител може да направи много срещу добрата репутация на фирмата, а липсата на киберсигурност в компанията може да доведе до изчезването ѝ от пазара, след което репутацията е без значение.

- Посочете някои от знаковите примери за увреждане на репутацията заради кражба и заключване на данни, заради информационен пробив...

- Според едно изследване на KPMG поразите са върху бранда, стига се до загуба на важни клиенти и на възможности за нов бизнес. Например компанията Code Spaces, която предлагаше преди 2014 г. облачни услуги, базирани на инфраструктура от Amazon, не издържа погрома, който ѝ устройха лошите. След като поемат контрола на цяла-

⋮
⋮
⋮
⋮
⋮

УСПЕШНИТЕ ХАКЕРСКИ АТАКИ ВОДЯТ ДО УВРЕЖДАНЕ НА БРАНДА, СТИГА СЕ ДО ЗАГУБА НА ВАЖНИ КЛИЕНТИ, А ПОНЯКОГА И ДО ИЗЧЕЗВАНЕ НА КОМПАНИЯТА ОТ ПАЗАРА



та инфраструктура, те унищожават всички данни, архиви и бейкъпи, конфигурациите на всички платформи и искат твърде голям откуп, за да възстановят щетите. Създават си резервни акаунти за достъп и накрая се оказва, че компанията не може да продължи да съществува, защото вече е останала и без финансови средства.

- Кой е разумният подход за бизнеса с цел гарантиране сигурността на информацията?

- В списъците с митове от киберпространството най-редовно се появява и „Репутацията ни няма да пострада след хакерска атака“. Съществуват различни модели за конструиране на сигурността в ИКТ на организациите. Предпочитам тези, които я центрират върху риска от вътрешни и външни заплахи, преценен срещу ранжираните по значение активи на компаниите. По този начин недостигащите ресурси се фокусират в непрекъснатостта на бизнеса, а слабо защитени се оказват активи, които не са от интерес или няма да повлекат сериозни последици при атаки върху тях.

- Как да преценим баланса, за да не вложим изпъшен ресурс и да стреляме с топ по врабче?

- Много институции успяват да се обзаведат с качествени средства за защита и поддръжане на сигурността на системите си от ИКТ, но след това не ги използват ефективно по-

ради дефицити в подготовката на служителите от ИТ отделите. Съществуват много документи и стандарти, които до подробности обясняват различни страни от конструирането на една система за сигурност на ИКТ. Например PCI-DSS, ISO 27 000, COBIT, но преценката на баланса обикновено е свързана с натрупания опит и експертиза на планиращия защитата орган или проектантски екип. Една от причините е спецификата на всяко корпоративно решение за система от ИКТ. Ако използвате облачна услуга за електронната поща и доставчикът се грижи за спама, то не е необходимо да си купувате подобна технология. Авторът на „Tao of security“ Ричард Бейтлих препоръчва: „Ако шефът ви попита как сме със сигурността“, най-добре отговорете „Само да погледна по интерфейсите на системите за наблюдение и ще ви кажа“. Във всеки следващ момент състоянието на сигурността е друго. Бих препоръчал да се използва термин „интензитет на атаките за определено време“.

- Вашите съвети как дигитализацията и информационните технологии да не станат враг на добрата репутация?

- Необходимо е познаване на добрите практики, обучение на потребителите, управление на промяната. Стандартите за сигурност на ИКТ не са достатъчни, те пазят компаниите от проблеми със закона, но не се грижат за репутацията на бизнеса.



Борислав Малинов:

ДА ИЗПОЛЗВАМЕ РЕСУРСИТЕ ОТНОВО

Борислав Малинов е мажоритарен акционер и председател на Надзорния съвет на „Норд холдинг“ АД - дружеството и неговите дъщерни компании работят в сферата на рециклиращата индустрия. Завършил е специалността „Икономика и управление на търговията“ в УНСС. Започва бизнес през 1993 г. с ЕТ „Политрейд“, впоследствие основава „Норд холдинг“ и това става една от най-големите компании в България за изкупуване и рециклиране на отпадъци. От 1997 г. досега успешно ръководи петзвездния Апархотел Лъки Банско. Той е управител и съдружник в строителната фирма „Стройконсулт“ ЕООД.

Борислав Малинов е съчредител и четвърти мандат председател на Българската асоциация по рециклиране.

РЕЦИКЛИРАНЕТО Е
НЕОБХОДИМОСТ,
ТО Е И ЦЕННОСТ,
КОЯТО
ОБЩЕСТВОТО
ВЪЗПИТАВА БАВНО

.....

н Малинов, много се говори за ползите от рециклирането, но наясно ли е обществото какъв огромен труд и какъв ресурс стои зад този процес?

- „Норд холдинг“ е една от първите компании в рециклиращата индустрия – скоро чествахме 20-годишен юбилей. Още от самото си създаване вярваме, че чистата природа е огромен капитал за България, че отпадъците може и трябва да се рециклират, за да се използват отново като суровина. По-старите поколения помнят добре пунктовете за предаване на вторични суровини, но в началото на прехода този навик като че ли беше загубен. Радваме се, че през това време индустрията се разви и имаше нужда от отпадъци от черни и цветни метали, че големите компании повярваха, че сме коректни партньори, което пък ни даде възможност да се разраснем и да инвестираме в съвременни площадки за събиране и преработване на отпадъци.

- Как създадохте „Норд холдинг“?

- Нашата компания беше основана през 1995 година и започна с шестима души. В момента „Норд холдинг“ разполага с около 80 площадки за предаване и рециклиране на отпадъци в цяла България, инвестирани сме в тях общо над 30 млн. лв., работодатели сме на около 600 души, наши партньори са най-големите български промишлени компании и изнасяме в над 10 страни. В основата на всичко това е огромният ни труд, доверието на стотиците хиляди наши клиенти и желанието ни да бъдем най-добрите в своя сектор.

- Как учите на отговорно отношение към отпадъците?

- Вярваме и приемаме за мисия да научим обществото колко е важно оскъдните ресурси да бъдат оползотворени отново и го правим от най-ранна възраст. Затова превърнахме предаването на отпадъци в игра и създадохме детски герой, олицетворение на чистотата – ЕкоМен, с чиято помощ от най-ранна възраст децата се учат колко е важно да се рециклира и да се събират разделно опасните отпадъци. Отговорността започва от това да предадеш изхабените батерии от детската си игра, тя налага да не хвърляш полиетиленови пликчета край пътя, а след години от теб се иска да закараш стария си компютър или кола за рециклиране и дори да получиш пари за това, че не замърсяваш своя свят и своето родно място. Това са ценности, които обществото възпитава бавно. Вярвам обаче, че те са неотменими.

- Разхитително ли е човечеството на ресурси? А ние, българите?

- Вероятно очаквате да отговоря с „да“. Човечеството като цяло си дава сметка, че ресурсите се изчерпват и трябва да намери механизми да ги използва отново, да не губи нищо. Мисля, че и в България постепенно започваме да осъзнаваме, че предаването на отпадъци може да донесе пари, но и да ни помогне да живеем в по-чиста среда.

- Скъпо ли е рециклирането и може ли и напред да бъде заобикаляно?

- Няма по-висока сметка от тази на замърсената околна среда. На този фон е безценна всяка стъпка, която помага на природата да се възобновява, а на човечеството да използва отново вече придобитите метали, хартия, пластмаси. Вероятно знаете, че златото отдавна се рециклира, защото винаги

е било рядък и скъп метал, даже сега около 15% от годишното потребление е рециклирано злато. С течение на годините човечество все по-ясно разбира, че ресурсите на земята не са неизчерпаеми и търси технологиите, които да ги направят вечни като златото. Допреди десетина година имаше огромни сметища край много селища. България е поела ангажимент да подготви за повторна употреба и до 2020 г. да рециклира 50% от отпадъците от хартия и картон, пластмаси, стъкло и метал - процент, който отдавна е факт, особено в западноевропейските страни. Нашата държава получава средства от европейските фондове и затова върнатата посока е да щадим природата и да използваме това, което тя ни дава.

- Кое е по-евтино – добивът на суровини или тяхното рециклиране, след като те вече са били използвани?

- Разбира се, рециклирането е с пъти по-изгодно, в това число и от гледна точка на използваната енергия. Ще дам пример: Изчислено е, че всеки тон рециклирана хартия спестява 17 дървета, 320 л нефт, 26 000 л вода и 2,3 кубични метра на сметището. Рециклирането на стоманата спестява над 1400 кг желязна руда, 740 кг въглища и 120 кг варовик. Рециклирането на тон алуминий заменя 8 т бокситна руда и 14 мВт/ч електроенергия.

- Вие сте председател на Българска асоциация по рециклиране (БАР). От позицията на опита и знанието, което имате, какво не се знае или не се разбира в България по отношение на рециклирането?

- Хората, а за съжаление и част от законодателите, продължават да бъркат големия бизнес с нелегалния. Когато някъде изчезнат пътни знаци или шахти, те не се предават на лицензираните площадки, защото това е нарушение на закона и никой не би рискувал лиценза си заради това. Всички те отиват на нелегалните площадки, които не съществуват на картата на Министерството на околната среда и водите. Там се предават крадените коли, кабелите, железопътните релси. БАР се бори от години с онези, които работят, без да внасят гаранции, без да плащат данъци, без да носят отговорност и без дори да имат фирма и един назначен служител. Все още ни звучи обидно, когато някой приравнява нашите милионни инвестиции и хиляди работни места със сивия сектор. Не, ние не сме заедно в рециклиращия бизнес. Членовете на БАР са големи работещи компании, регистрирани по Закона за управление на отпадъците. Това, което правят собствениците на нелегални площадки, на които могат да се предават крадени вещи, е картинно описано в Наказателния кодекс.

- Каква е ролята на „Норд холдинг“ в този процес и каква е мисията на организацията?

- Ние вярваме, че доброто име и добрите практики са основно конкурентно предимство. „Норд холдинг“ е собственик на най-голямата мрежа от площадки за събиране на отпадъци с директен железопътен достъп и директни контакти с отделните доставчици. Държим на новите технологии и непрекъснато увеличаваме пазарния си дял, като ги внедряваме. В сектора имаше много тежки години с ниски цени и ние реструктурирахме работата си така, че да работим при по-ниски нива на рентабилност. Гордея се с екипа си, в него се събраха професионалисти с дългогодишен опит в бранша.

∴ **НЯМА ПО-ВИСОКА СМЕТКА ОТ ТАЗИ НА ЗАМЪРСЕНАТА**
∴ **ОКОЛНА СРЕДА И ЗАТОВА Е БЕЗЦЕННА ВСЯКА СЪПКА,**
∴ **КОЯТО ПОМАГА ПРИРОДАТА ДА СЕ ВЪЗОБНОВЯВА**





СИЛАТА НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ Е В УНИКАЛНИТЕ ПРИРОДНИ РЕСУРСИ - ДА СЕ ВЪЗПОЛЗВАМЕ МАКСИМАЛНО ОТ ТОВА ПРЕДИМСТВО

Заедно превърнахме „Норд“ в символ на професионализъм, отлична репутация, изградихме прекрасни отношения с доставчиците и клиентите си, финансово стабилни сме и винаги сме били коректни към контрагентите си.

- Къде на рециклиращата индустрия ѝ стяга „обувката“ на законодателството?

- През годините установихме продуктивен диалог с Министерството на околната среда и водите и с парламентарните комисии по околната среда и водите. Много от нашите предложения за промени в нормативната уредба управляващите намериха за уместни и в полза на обществото и те бяха приети. Все още смятаме, че трябва да бъде обърнато внимание на промени в Наказателния кодекс, чрез които да се увеличат санкциите за търговците, които купуват скрап без разрешение – това са незаконните площадки.

- Намерен ли е вариантът, който да гарантира, че само наистина излезли от употреба метали ще стигат до пунктовете за приемане на скрап?

- Визирате кражбите на метали. В последните три години, след като бяха приети новите текстове в Закона за управление на отпадъците, кражбите намаляха 3,5 пъти. Това не е правено никъде по света и благодарение на активната работа на Българската асоциация по рециклиране този показател е факт.

- Какво е бъдещето на кръговата икономика и колко близо или далеч е България от нея?

- Още в края на 2015 г. Европейската комисия предложи пакет от мерки за преминаване към кръгова икономика като основен инструмент за повишаване на конкурентоспособността. Това означава металите, стъклото, пластмасата, хартията, дървото и други материали, годни за рециклиране, да се използват отново в производствата. Хартията например се рециклира на 90% и може да се преработва до 5 пъти. Стъклото се рециклира почти напълно и това може да става многократно, от пластмасата може да се правят нови изделия и опаковки, а от електронното оборудване - да се извличат ценни метали. Целта на ЕС е до 2030 г. да се рециклират до 75 % от дървените опаковки, като се предлага до 2030 г. да се постигне 85 % рециклиране за отпадъците от опаковки, представляващи хартия и картон, стъкло, алуминий и цветни метали. Като има и по-малки междинни цели до 2025 г. За битовите отпадъци ЕК предлага до 2030 г. поне 65 % от теглото на битовите отпадъци от домакинствата и малките предприятия да бъдат рециклирани или подготвени за рециклиране – т. е. да са проверени, почистени или ремонтирани. Поели сме ангажимент по сега действащата Рамкова директива за отпадъците до 2020 г. да рециклираме 50 % от общия обем на битовите отпадъци - хартия и картон, метал, пластмаса и стъкло, генерирани от домакинствата и от други източници. Надявам се да успеем. Целта на кръговата икономика е не само да съхраним природата, ресурсите и здравето на хората, но и да спестим средства. БАР се ангажира и по време на Европейската седмица на рециклирането направи разяснителна кампания за екоетикетите и екодизайна и обясни как да се рециклират старите домашни електроуреди.

- Работите и в сферата на туризма. Как създадохте печелившия модел на Апартохотел Лъки Банско?

- Исках да изградим луксозен петзвезден хотел в Бан-

ско, а идеята за продажбата на апартаменти и за това да печелиш от собствеността си дойде през 2003 г. През 2008 г. отворихме основната сграда на Апартохотел Лъки Банско. Проектът беше толкова успешен, че достроихме още едно крило на хотела през 2010-а. Много се гордеем с отличията на Trip Advisor, на международните туристически агенции и на българските ни клиенти. Хотелът е член на престижната американска верига Luxury Group, която е лидер в директния достъп до световните премиум луксозни хотели.

- Как постигате целогодишна заетост?

- Планината е вълшебна по всяко време на годината и нашите клиенти са тук през цялата година. Вярваме, че всеки детайл и всяка услуга трябва да показват отношението ни към пълноценната почивка на всеки от нашите гости – ние предлагаме два луксозни ресторанта, СПА и аквакомплекси, курсове за детоксикация Аюрведа Клиник, програма за отслабване ЛъкиФит, детски лагер ЛъкиКидс на английски език, възможности за спорт, за конференции и за активна почивка. Това е хотел със специален акцент върху безопасността на децата и тяхното забавление. Миналата година пуснахме нов и модерен СПА център, а тази година ще предоставим на гостите алпийски ресторант Фондю и голяма детска зала с безплатни забавления за децата.

- В какво е силата и в какво слабостта на туризма в България?

- Силата на туризма в България е в уникалните природни ресурси. Ние имаме всичко – планина, море, минерални извори, исторически артефакти, все още запазени селища, които са архитектурни паметници. Слабост е силна дума, но ако има нещо, което влияе негативно на имиджа, е предоставянето на туристически продукт с ниско качество. То неминуемо руши представянето на България като туристическа дестинация. Нещата са свързани – лошото качество влече след себе си ниски цени и обратно. Трябва да се мисли иновативно, да се стремим да даваме максимална удовлетвореност на гостите, а не конкуренцията да се изразява само в непрекъснато сваляне на цените.

- Как постигате баланс в тези два съвсем различни бизнеса – туризъм и рециклиране?

- Не е лесно, защото хотелският бизнес е труден и времеемещ, ако искаш да постигнеш и да задържиш високо ниво. Но след като си се хванал на хорото, трябва да го играеш. В Апартохотел Лъки Банско създаваме поне един нов продукт годишно, което е свързано със сериозни ангажименти и отговорности. Но когато видя постоянно нарастващите приходи всяка година, това ми носи радост и удовлетворение.

- Като човек, който работи в туризма, коя е идеалната почивка за вас?

- Винаги мечтая за къща някъде високо в планината, където да има само телефон за спешни нужди, без интернет и други комуникации. Засега един шезлонг на плажа и интересна книга вършат работа.

- Как „рециклирате“ умората, която натовареният ви делник неминуемо създава?

- Занимавам се с йога, китайско лечебно ДАО, ходя в планините, пробвам различни медитативни техники. Важното е да дадеш почивка на мозъка поне за два часа дневно, иначе той започва да пуши...

КАК УПРАВЛЯВАЩИТЕ га ДЪРПАТ ЮЗДИТЕ

автор: Георги Георгиев

Передните изборите пак са зад гърба ни. Те не донесоха кой знае какво разместване на пластове, освен че някои играчи изпаднаха от каруцата на властта, а други се качиха в нея. Времето обаче лети, проблемите в България продължават да се трупат. Светът се променя, бизнес динамиката налага ново темпо на работа, а тук още действаме на принципа „Не отлагай днешната работа за утре, ако може да я оставиш за вдругиден“.

В България най-постоянното нещо е говоренето за необходимостта от реформи. И сега не спираме словесната мелница за радикални промени, които новите реалности налагат. Всъщност днес в страните, които постигат висок растеж и завидно благосъстояние, реформите са постоя-

нен процес. Въпросът е какво всъщност искаме тук и сега – ние да управляваме промяната или тя нас да ръководи. Не извършваме ли навреме правилните действия, промените ще ни карат да тичаме след тях.

Минаха месеците за красиви обещания за всекиго по нещо. И след като платихме цената на предсрочните избори, които винаги имат ефект на забавяне, сега чакаме управляващите да усетят тежестта на „царската корона“ и да се хванат здраво за работа. Пролетта е в разгара си и лозето вече не ще молитва, а мотика.

Чака се някой смело да дръпне юздите и да тръгнем нанякъде. Но накъде? Отговор на този въпрос дават трима представители на бизнеса в България.

ПРЕДИ ДА ВЪЗЛАГАМЕ ОЧАКВАНИЯ КЪМ
НОВОТО ПРАВИТЕЛСТВО, ТРЯБВА ДА
СМЕ НАЯСНО КАКВО ИСКАМЕ - НИЕ ДА
УПРАВЛЯВАМЕ ПРОМЯНАТА ИЛИ ТЯ НАС



Евгений Иванов, изпълнителен директор и член на УС на КРИБ:

Да поемем курс към присъединяване в еврозоната

Бизнесът желае същото, което и българският народ – четири години стабилно управление. Омръзна ни да сменяме правителства, които не довършват своя мандат. Държим да има макроикономическа стабилност и да не се променят данъци и осигуровки. Време е да имаме хоризонт за влизане в система на по-строг контрол, но освен тоягата, трябва да има и морков. Това, което получават страните от еврозоната, да го получаваме и ние – визирам влизане в ERM II, където се чака минимум две години, за да се присъединим към еврозоната. България на практика е готова, просто трябва политическо решение. През този период БНБ ще получава ресурс от ЕЦБ на нива, по-ниски от 0,5%. Тя ще го дава на търговските банки при максимум 1,5%, които ще отпускат ресурс на бизнеса при 2-2,5% лихва. Това е мечта.

Предстои българското председателство на Европейския съюз. Аз съм първият посланик на България в ЕС. По това време преживях 12 председателства, видях както пълен хаос, така и перфектна организация и научих основния урок: Една държава е готова за страна членка само когато може успешно да издържи своето председателство на ЕС. На този етап подготовката за българското председателство силно изостава. Трябва да се знае, че всеки проектодокумент се готви от нашите екипи, а ние дори не знаем какви са нашите български приоритети. Практиката е 6 месеца преди да поемат председателството, държавите започват да говорят за своите приоритети, които ще отстояват, докато те са начело. Досега никой от управляващите не се е обвързал към нас като работодателска организация, за да попита на какво ние ще държим. Надяваме се, че новото правителство, след като отрезвее от изборните победи, ще се сети за нас и тогава ще може да споделим опит и мнение за политиките, които ще трябва да се провеждат.

Популизмът расте на едни и същи клонове – били то политически или синдикални. Но дървото, което храни тези клонове, е бизнесът. България все още е във валутен борд. Политика по доходите може да се прави само през фиска и за радост плоският данък не бе отменен. Ниските данъци дават възможност за по-голям разполагаем доход. Започнем ли да вдигаме заплатите по желание на политици и синдикалисти, ще се окажем в руслото на правителството на Жан Виденов. Доходите, а и пенсиите, може да растат през икономиката, като се повишава производителността на труда. В частния сектор заплатите са отражение на ръ-



БЪЛГАРИЯ ИЗОСТАВА С ПОДГОТОВКАТА СИ ЗА ЕВРОПЕЙСКОТО ПРЕДСЕДАТЕЛСТВО, НО СЪС СВОЯ ОПИТ И ЗНАНИЯ БИЗНЕСЪТ МОЖЕ ДА Е ПОЛЕЗЕН

ста на БВП. Затова в момента водим „кръстоносен поход“ за приемане на механизъм за определяне на минималната работна заплата (МРЗ). Волунтаристичен подход може да ни доведе до високи нива на възнаграждения, които преди изборите се предлагаха от някои политици. Но много от фирмите ще се скрият в сивата зона и крайният ефект ще е срив на икономиката. Редица социални плащания са обвързани с МРЗ и нейното безпринципно и популистско покачване може да доведе до взрив. Нивото на МРЗ не бива да се променя от политиките в зависимост от това накъде духа вятърът.

За КРИБ образованието е приоритет. На учебната скамейка бъдещите работници и служители трябва да получават знания, каквито бизнесът очаква да са налице. Готови сме заедно с държавата да участваме в разделянето на отговорностите, за да може образованието да стане ефективно. Но там, където не можем да осигурим добре подготвени специалисти, трябва да създадем условия за привличане на хора от чужбина, като първа възможност е българската диаспора по света. Опитът на Полша е добър пример в това отношение.



АДМИНИСТРИРАНЕТО
НА ДЪРЖАВАТА Е В
ТЕЖКО СЪСТОЯНИЕ И
ПОЛИТИЦИТЕ ТРЯБВА
ДА СЕ РАЗГРАНИЧАТ
ОТ ЧИНОВНИЦИТЕ

Красимир **Дачев**, мажоритарен
собственик на „Свилоза“ АД:

Времето за действие настъпва

Всички очакваме управляващите най-сетне да се обърнат към реалните проблеми на хората. Те обаче трябва да проумеят, че първо се прави икономика, а после всичко останало. А това, с което по стар обичай най-напред се захващат, отново е да разпределят и преразпределят, без все още нещо да са произвели. За жалост към властта отново се насочват хора, които нямат никаква представа от управление на държавата. Някои пак почват да говорят за културата, а културата в България е била в разцвет, когато е имало богати българи, които да я подкрепят.

Светът се радикализира и у нас има лека симптоматика. Обществото очаква промени към по-добро и затова се надявам ГЕРБ да се ангажира с предизборното си обещание за увеличаване на БВП. Това означава производителността и приходите да нараснат, а съответно доходите и благосъстоянието на населението да се увеличат. Словения е близо четири пъти по-малка от България, а има два пъти по-голям БВП. Това показва къде сме ние, щом те изкарват осем пъти повече от нас. Тук не работим ефективно, защото държавата иска да е работодател, тя да прави правилата и иска всичко да зависи от нея. Така и не бе чул гласът на бизнеса, а ние отдавна настояваме да се приеме принципът за мълчаливото съгласие. Това най-сетне трябва да стане факт, ако искаме да има предприемачи и инвеститори. Търпимостта е на изчерпване.

Усеща се крайната необходимост от радикални промени. Тя присъстваше и в предизборните приказки и е заложена в програмите. Но в България законите се синхронизи-

зират с европейските, защото няма накъде, а практиката и подзаконовите нормативни актове не се променят. Това е тънкият номер на бюрокрацията, която води политиците за носа. Народът се оплаква от политиците, но всъщност те са заложници на бюрократите. Съвършени са методите на чиновника да държи контрола. Затова политиците вече трябва да са по-целенасочени и да не ги е страх да вземат по-радикални решения. Очевидно е, че повече по досегашния начин не може да се продължава. Още преди години казвах, че не бива образованието да се финансира „на калпак“, а държавата трябва да има свои приоритети по отношение на работната сила и парите за образование да са съобразени с тях. Но министрите на образованието не искаха да чуят това. В енергетиката също трябва да се сложи ред. И там се намесва политиката, а когато тя вземе превес, две и две вече не е четири. АЕЦ „Белене“ можеше отдавна да е построена, а сега парите са платени, без да имаме ядрена централа. Това е вулгарно отношение към обществените средства. Очаквам в енергетиката да се ограничат натрупаните в годините на демокрацията корупционни и противозаконни практики, които изяждат отвътре системата. Необходими са коренни промени, които да сложат ред в безредието.

Аз съм патологичен оптимист. Администрирането на държавата е в такова тежко положение, че вече може да вървим само към по-добро, не и към по-лошо. Неизбежността на определени непопулярни действия вече се вижда от всички и е крайно време политиците да се разграничат от чиновниците, тъй като именно те управляват хората с власт.

Юлиян **Михов**, директор Бизнес развитие
Югоизточна Европа в „ПрайсуотърхаусКупърс“:

Нужен е нов подход към чуждестранните инвеститори

УПРАВЛЯВАЩИТЕ
ТРЯБВА ДА
РАЗШИРЯТ
ФОРМИТЕ ЗА
ДИАЛОГ С
РЕАЛНИЯ БИЗНЕС,
ЗА ДА НАМЕРЯТ
ВЕРНИТЕ СЪПКИ



В последните няколко години привличаме чуждестранни инвеститори, рекламирайки България чрез ниските ѝ данъци и ниската цена на разходите за правене на бизнес в страната - по-евтина работната ръка, по-ниски цени на недвижимите имоти, публичен транспорт, ел. енергия и т. н. Но ситуацията вече е съществено променена в полза на нашите съседи от Румъния и Сърбия, които все по-осезаемо ни изместват в привличането на нови преки чуждестранни инвестиции. Това налага управляващите в България да предложат допълнителни насърчителни мерки за качествените инвеститори - например с въвеждане на данъчни облекчения за развойна и изследователска дейност, каквито са налице в Словакия, Словения, Полша, Румъния, Латвия, Литва, Чехия. Друга лесна за реализиране стъпка е по-ускореното издаване на т. нар. „сини карти“ за висококвалифицирани специалисти от страни извън ЕС и ЕЕА. Задълбочаващият се недостиг на кадри изисква да се създадат стимули в България да дойдат да живеят и работят хора от Украйна, Молдова, Македония, Сърбия, придобили българско гражданство поради българския си произход, трябва да привлечем и хилядите млади българи, избрали да получат висшето си образование в чужбина.

Новото правителство трябва да разшири формите за диалог с реалния бизнес, който не бездейства, а сам създава условия да намира нужните му висококвалифицирани специалисти в България - прави собствени академии, за да

предаде на ученици и студенти специфични практически насочени знания и умения, които те все още не могат да получат в учебните заведения. Ангажира и елитни консултанти да подготвят сравнителни анализи на приложимата за техните индустрии законодателна рамка и да дадат препоръки как тя да се подобри, изготвя анализ за икономическото въздействие за всяка подобна законодателна промяна, доказвайки нейната жизненост и полза за българската икономика.

Управляващите следва да оставят по-голяма независимост на частния сектор за предприемчивост, креативност и конкурентоспособност. Министерството на икономиката и Българската агенция за инвестиции съвместно с Министерството на външните работи трябва значително да увеличат усилията си за промотирането на България като подходяща среда за правене на бизнес и спокойно място за живеене. Нашата страна обаче продължава да е непозната за голяма част от мултинационалните компании от Европа, Азия и Америка. Ето защо най-естественото решение е да се използват знанията, авторитетът и безкористността на успели българи в чужбина, както и икономическият стимул, който биха имали редица реномирани международни консултантски компании, които биха работили на базата на „възнаграждение при успех“ за довеждане в България на нови инвестиции в сферата на високите технологии, фармацевцията, автомобилостроенето, машиностроенето и други бизнес дейности с висока добавена стойност.

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.





ДОБРА НОВИНА ЛИ Е ДАНЪЧНАТА РЕФОРМА НА ТРЪМП

автор: Бисер Манолов

САЩ са на прага на най-голямата данъчна реформа в историята си. Последното, разбира се, е прекрасна новина както за бизнеса, така и за самите американци.

Кои са основните акценти? Първият касае корпоративния данък, за който се предлага най-голямо намаление – от 35% на 15%. Към настоящия момент САЩ са с една от най-високите корпоративни данъчни ставки в света. Истината обаче е, че действащото данъчно законодателство позволява да се приспадат различни разходи, а според експерти реалната средна корпоративна ставка за американските компании е около 19%. Най-големите компании обаче, като General Electric и Google, не плащат почти нищо, но това е друга тема. Само да припомним, че Барак Обама също имаше намерение да намали корпоративния данък от 35 на 28%, но това така и не се случи. Няма никакво съмнение, че с новата данъчна корпоративна ставка Америка става атрактивна страна за инвестиране. Действително ли обаче става въпрос само за позитиви? Най-общо казано – „да“, но трябва да отбележим, че през следващите 10 години американската хазна ще се лиши от близо 2 трилиона долара приходи. Корпоративните данъци формират приблизително 10% от всички приходи в бюджета. В същото време, според различни анализи, по-ниските корпоративни данъци ще доведат до средно-годишен устойчив икономически растеж в размер на 3%. Според финансовия министър на САЩ Стивън Мнучин

намаляването на данъчните приходи ще бъде компенсирано с увеличаване на икономическия растеж, което предположение по принцип е вярно. Опонентите на предложението в лицето на демократите обаче дават пример с Великобритания, която преди години намали корпоративните данъци от 30 на 19% без това, според тях, да доведе до ръст в икономиката и намаляване на безработицата. Впрочем, няма как демократите да твърдят нещо друго. В контекста на горното темата за безспорното увеличаване на бюджетния дефицит и съответно държавния дълг предстои. Защо ли? В нито едно от своите изказвания Мнучин не коментира темата за намаляване на държавните разходи.

Предложението за данъчна реформа включва намаляване на данъците и за малкия бизнес, собствениците на които плащат за формиран индивидуален доход. Няма никакво съмнение, че с намаляване на данъчната тежест работещите на свободна практика като адвокати, архитекти, консултанти ще имат интерес да регистрират компании. Освен това големите компании ще бъдат стимулирани да върнат авоарите си, които държат навън, в страната. Не се споменава обаче с какъв данък ще бъдат обложени тези средства. Ако си спомняте, администрацията на президента Буш през 2004 година даде такава възможност, като „данък репатрация“ бе фиксиран еднократно на 5.25%. Проучванията показват обаче, че върнатите пари не са били насочени за инвестиции или



СПОРЕД КРИТИЦИТЕ ТЯ ЩЕ ЛИШИ ХАЗНАТА ОТ 10 ТРИЛИОНА ДОЛАРА ПРЕЗ СЛЕДВАЩИТЕ ДЕСЕТ ГОДИНИ. НО МОЖЕ ДА СЕ ОКАЖЕ СТИМУЛ ЗА ПОТРЕБЛЕНИЕТО

откриване на нови работни места, а най-вече за обратно изкупуване на акции и облигации.

В пакета данъчни реформи са включени и промени при индивидуалното подоходно облагане. Преминава се от 7-степенна на 3-степенна скала на облагане. Новите нива на облагане са 10%, 25% и 35% за най-богатите. Необлагаемият годишен доход нараства на 12 700 долара от 6350 долара на лице и на 25 400 долара от 12 700 долара на семейства.

Според някои специалисти данъчната реформа в своята цялост ще лиши хазната от 10 трилиона долара през следващите десет години, но последното по-скоро може да бъде отчетено и като „добра новина“. Да припомним, че близо 70% от брутният продукт на САЩ се създава от потреблението, т.е. тези средства могат да бъдат третирани като стимул за потреблението.

В предложението за данъчната реформа е включено и премахване на данъка върху активите, които са наследени в случаи на смърт. Според различни анализи данъчната реформа ще позволи най-богатите фамилии в САЩ да запазят близо 178 млрд. долара през следващите десет години. Не е лошо, нали?

Между другото, критиците на Тръмп показаха доста добро чувство за хумор, намеквайки, че данъчната реформа

е подчинена изцяло на това, което е най-изгодно за него.

Предложението предвижда премахване и на 3.8% данък доход върху инвестициите до определено ниво. За индивидуалните инвестиции нивото на необлагаем доход се предвижда да бъде до 200 000 долара годишно.

Между другото, когато представяше плана за данъчна реформа, финансовият министър отказа да коментира идеята на Тръмп за инвестиции от 1 трилион долара в инфраструктурни проекти по време на мандата му. Той отговори рязко и кратко: „Предложението касае само данъчната реформа“. Финансистите са любопитни за разходната част на бюджета, тъй като става все по-очевидно, че по време на мандата на Тръмп военните разходи ще бъдат приоритет. Истината обаче е, че Тръмп показва характер по отношение изпълнението на предизборните си обещания и това се харесва на мнозинството инвеститори. Ненапрасно на фондовите пазари все повече се говори за „феномена Тръмп“. В общия случай последното се отнася до движение на цената на акциите, което е породено от действията на отговорен политик, който изпълнява поетите обещания. В този ред на мисли може да се каже, че дотук Тръмп е предсказуем по отношение на действията си. Новата данъчна политика на САЩ се очертава като най-значимото събитие за най-голямата икономика през тази година. Позитивите са очевидни и инвеститорите показват видима еуфория. Както казал падащият от небостъргач на всеки етаж: „Дотук, добре!“.

ЕВРОПА МЕЖДУ ПРОТЕКЦИОНИЗМА И СВОБОДНАТА ТЪРГОВИЯ



Дени Терсен е френски експерт по търговска политика. Той има богат опит на различни публични длъжности и множество публикации в областта на международната търговия, глобализацията и иновациите. Има задълбочени интереси в областта на устойчивото развитие, предприемачеството и международните отношения.

Европа може да поеме лидерството в световната търговия, смята Дени Терсен

·
·
·
·
·
·

СПОРЕД ДЕНИ ТЕРСЕН ЕС ТРЯБВА ДА ИНВЕСТИРА В БЪДЕЩЕТО, СЛЕДВАЙКИ СКАНДИНАВСКИЯ МОДЕЛ И РАЗВИВАЙКИ ОБРАЗОВАНИЕТО, НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКАТА ДЕЙНОСТ, ИНОВАЦИИТЕ

автор: **Илия Лазаров**

През последните месеци Европа е изправена пред нарастваща несигурност в политически, икономически и социален план. Проблемите в разноликия Европейски съюз се задълбочават, а основни принципи като солидарността и свободната търговия изглеждат разколебани. Водещите сили Франция и Германия са изправени пред съдбовен политически и цивилизационен избор, Великобритания напуска ЕС, а ситуацията в глобален мащаб също изглежда крайно нестабилна. В контекста на тази поредица от кризи и проблеми Европа е изправена пред вечния икономически избор – протекционизъм или свободна търговия, тъй като все по-упорито се говори, че е нужна коренна промяна в настоящия социално-икономически модел.

„Ерата на щастливата глобализация приключи. Моделът на икономическо развитие, разчитащ на изцяло свободно развиващ се пазар и предприятия, достигна своите граници. Необходимо е да се създаде нов модел, предвиждащ възможност за по-голяма публична намеса. Така ще има по-голям контрол върху действията на предприятията и ще се гарантира, че те спазват правилата, тъй като много от тях активно действат за избягване на двойното данъчно облагане. Необходимо е печелившите от глобализацията да преразпределят част от печалбите си към губещите от нея, плащайки дължимите данъци“, смята френският икономически експерт Дени Терсен.

Свободната търговия, глобализацията и неолибералната система отдавна са обект на остри спорове. „Търговията е средство, а не цел. Целта е благоденствието“, припомня Терсен. За да го постигне, Европа трябва да се ръководи от 5 принципа: 1) устойчиво развитие; 2) справедлива търговия и лоялна конкуренция; 3) реципрочност, взаимност; 4) суверенитет; 5) солидарност (печелившите да участват в преразпределението в полза на губещите).

Скандинавските страни са един добър пример за подходящ икономически модел. Те инвестират в устойчивото развитие, възобновяемата енергия, обучението и образованието, включително и на безработните, насърчават иновациите. Тези държави прилагат принципа на гъвка-

вата сигурност – при икономически проблеми фирмите могат по-лесно да освобождават служителите си, а останалите без работа получават сигурен доход през следващите години, при условие, че посещават обучителни курсове за допълнителна квалификация. Така предприятията разполагат с по-голяма гъвкавост, а работещите имат сигурност както за доходите си, така и за обучението си, което ще им позволи да си намерят друга работа. Водеща икономика като Франция също се опитва да приложи техния пример.

Според Терсен Европа трябва да инвестира в бъдещето, следвайки скандинавския модел и развивайки образованието, научноизследователската дейност, иновациите. Необходимо е да се инвестира във възобновяемата енергия и новите дигитални технологии. Използвайки тези лостове, Европа може да стане също толкова конкурентоспособна и бързо развиваща се, колкото глобалните си съперници.

Предприемачеството, дигиталните технологии и единния цифров пазар трябва да се развиват по-активно. Високоскоростният интернет в целия ЕС е задължително условие за успех, а в процеса трябва да са ангажирани както частни, така и публични инвеститори.

За да се преодолее слабият икономически растеж в еврозоната и ЕС, е нужно държавите, които трупат излишъци, да ги реинвестират в името на благо на всички страни членки. „В еврозоната има потенциал за растеж, който не се използва достатъчно“, отбелязва Терсен.

Друг източник на растеж са големите търговски споразумения като СЕТА и ТПТИ. „СЕТА е споразумение от ново поколение – чрез него се премахват преградите изобщо за търговията, като идеята е да се постигне регулаторно сближаване. Благодарение на споразумението, европейските фирми ще могат да участват в обществени поръчки в Канада както на федерално, така и на местно ниво, което е уникално“, посочва френският експерт.

Споразумението с Канада обаче има и своята политическа цена, тъй като би позволило на канадски инвеститор да оспори европейското право, без да има нужда да

се съобразява с европейското правосъдие, което създава проблем за демокрацията.

Трансатлантическото партньорство между САЩ и ЕС обаче изглежда замразено заради протекционистките възгледи на Доналд Тръмп и екипа му. „Предвид различните ценности, смятам, че засега е по-добре да не се сключва подобно споразумение между ЕС и Тръмп“, споделя Терсен.

Новата позиция на Вашингтон със сигурност ще забави либерализирането на световната търговия. „САЩ вероятно ще се изолират и динамиката на световната търговия ще се развива без тях. Това е шанс за ЕС да поеме лидерството в тази насока“, прогнозира икономистът.

В самия Евросъюз разпределението на европейските фондове остава все така спорна тема, която пряко касае и България, особено що се отнася до кохезионната политика. „Евросредствата трябва да бъдат изразходвани ефективно, но не и да бъдат единственият източник на финансиране. Българското правителство също трябва да участва в инвестирането, тъй като разполага с необходимите средства“, препоръчва Терсен.

Той припомня, че най-важното при публичните инвестиции е да играят ролята на мултипликатор, като се инвестира в проекти с висока възвръщаемост. Вложението в образование или обучение е предпоставка за бъдещ растеж. Същото важи и за инвестициите в предприемачество и рисков капитал. „Трябва да се инвестира в проекти с висока степен на рентабилност, а не да се хвърлят пари на вятъра“, отбелязва френският експерт.

Бъдещето на ЕС със сигурност е свързано с промяната, но не и със сляпото залитане в крайности. Стабилността на съюза винаги се е дължала на солидарността, създаването на възможности за всички, които да участват в една интегрирана система и да допринесат за общото благоденствие.

„Пазарът и конкуренцията са много важни, но е необходимо да се приложат и стратегии за обмен, сътрудничество, споделяне, които също имат голямо значение. Именно Европейският съюз има отговорността да открие и развие този нов модел на социално-икономически отношения. Със сигурност нито Китай, нито САЩ биха могли да се справят с това“, заключава Терсен.





БРЕКЗИТ ТЛАСКА ВЕЛИКОБРИТАНИЯ КЪМ ПАРТНЬОРСТВА В БЛИЗКИЯ ИЗТОК

автор: **Владимир Митев**

След напускането на ЕС Британия отново ще е велика благодарение на... Близкия изток. Поне такава изглежда логиката зад действията на британското правителство от последните месеци.

Разбира се, до 8 юни, когато на Острова ще се проведат парламентарни избори, вниманието ще е насочено към предизборната борба. Премиерът Тереза Мей свика предсрочния вот, защото очаква резултатите от него да

засилят нейната сила в преговорите с Брюксел. В момента в столицата на ЕС умуват какъв статут на Великобритания би отговорил най-добре на интересите на ЕС. Екипът на преговарящия за Брекзита от Европейската комисия – Мишел Барние, вече лансира идеята за временен договор за нулева тарифа в търговията на стоки. Тя би позволила Германия да изнася коли, а Франция вино за Острова, но ще извади от свободния обмен услугите и така ще удари по британските банки и авиокомпани.

ЗОНИ ЗА СВОБОДНА ТЪРГОВИЯ И ПРОДАЖБИ НА ОРЪЖИЕ СА ДВЕ ВАЖНИ ПРИЧИНИ ЗА ИНТЕРЕСА НА ЛОНДОН КЪМ ТЕРИТОРИИ, КЪДЕТО ИМА ВЛИЯНИЕ ОТ ВЕКОВЕ

Брюксел обаче има и план Б, писа през април Politico. Според него Великобритания ще стане временно член на Европейската асоциация за свободна търговия. Присъединявайки се към тази общност, управляваща свободната търговия между Норвегия, Исландия, Лихтенщайн и Швейцария, Великобритания ще може да кандидатства за членство в Европейската икономическа зона и така да получи достъп до единния пазар на ЕС. Формулата е наричана „норвежки модел“ и би позволила на Лондон да съхрани сегашните си търговски отношения с ЕС, включително в сферата на услугите, като избегне негативни последици, докато се изяснят бъдещите търговски отношения.

Норвежкият вариант обаче би бил неприемлив за мнозина от привържениците на Брекзита на Острова, защото ще изисква Лондон да продължи да спазва базовите принципи на ЕС – свобода на стоки, услуги, хора и капитал. Освен това Великобритания ще трябва да плаща на ЕС за правото си на достъп до европейския пазар. Друга неприемлива точка за британското правителство би била, че Лондон ще трябва да прилага европейското законодателство, без да има право да участва в обсъждането му или да налага вето, както е в момента. След като Великобритания задейства клаузата за напускане на ЕС обаче, на Острова се очаква да бъде приет Закон за великата отмяна на европейското законодателство. Така че норвежкият модел изглежда за момента нежелан от правителството на Тереза Мей, макар че в Брюксел се надяват, че опасността от неконтролиран Брекзит ще направи „Даунингстрийт 10“ по-сговорчив.

Самият британски премиер казва, че иска Великобритания да договори ново споразумение за митнически съюз с ЕС, пише BBC. По принцип митнически съюз означава, че Лондон и 27-те членки на ЕС няма да налагат мита в търговията си и ще имат обща тарифа за стоки, идващи от други страни. Великобритания обаче очевидно възнамерява да води независима търговска политика – т.е. да сваля митата по своя воля за избрани от нея държави вън от ЕС. На свой ред финансовият сектор на Великобритания не желае услугите да бъдат извадени от бъдещото споразумение.

Развързката относно британско-европейските отношения може да дойде едва в последните метри преди 29 март 2019 г., докато трябва да бъде договорен Брекзит. Това, което се забелязва и в момента с невъоръжено око, е пренасочването на Великобритания към Близкия изток. Очаква се след напускането на ЕС да бъдат активирани зони за свободна търговия с една голяма част от страните в този регион. В същото време тече активно военно сътрудничество с редица от тях.

Персийският залив

Напред в списъка с желаещи за свободна търговия с Острова, след като той напусне ЕС, са арабските страни

от Персийския залив, сформиращи Съвета за сътрудничество в Залива. През декември британският финансов министър Филип Хамънд обсъжда с катарския финансов министър Али Шериф ал-Емади частична чернова на договор за свободна търговия, съобщи тогава Reuters. Британският външен министър Борис Джонсън заяви миналата година в характерен стил, че Великобритания „ще продава пясък на саудитците“ и бельо „почти на всекиго“.

Един ден преди Лондон да активира клаузата за Брекзит, Катар обеща на Великобритания инвестиции от 6,23 млрд. долара за период от 3 до 5 години. На свой ред британското правителство се ангажира с 5,6 млрд. долара за подпомагане на британски фирми, които изнасят в Катар в рамките на британската агенция за кредитиране на износа.

„Свободната търговия прави всички ни по-богати. Тя създава работни места. Увеличава инвестициите. Повишава производителността. Трансформира стандарта на живота и дава възможности за всички наши граждани“, заяви Тереза Мей пред Съвета за сътрудничество в Залива при свое посещение в Бахрейн през декември 2016 г. След срещата в съвместно изявление шестте страни членки на Съвета (Саудитска Арабия, Катар, Кувейт, Бахрейн, Обединените арабски емирства, Оман) и Великобритания заявиха: „Когато Обединеното кралство напусне ЕС, ще направим наш приоритет да изградим най-близките възможни търговски и икономически връзки“.

В момента търговията между тези шест страни и Великобритания възлиза на 37,22 млрд. долара годишно. Отново през декември 2016 г. Тереза Мей обяви, че лошото състояние на човешките права на арабските държави в Персийския залив не трябва да е пречка за увеличаване на търговията с тях след Брекзита. С тях върви и изгоден оръжеен бизнес.

Саудитска Арабия е най-големият купувач на британско оръжие за последните две години, откакто Рияд води война в Йемен. Петролната монархия е закупила за същия период оръжие за 4,1 млрд. долара.

Турция

В началото на тази година стана ясно, че Турция иска да подпише договор за свободна търговия с Великобритания в замяна на споразумение за свободно движение на хора. Също както с държавите от Съвета за сътрудничество в Залива, състоянието на човешките права в югоизточната ни съседка не е проблем за Обединеното кралство. През януари Лондон и Анкара подписаха договор на стойност 125 млн. долара за създаване на изтребители за турската армия. Великобритания е продала на Турция отделно от това оръжие за 62 млн. долара, след неуспешния опит за преврат от юли 2016 г.



Тереза Мей разговаря със саудитския крал Салман бин Абдулазис ал Сауд в резиденцията му в Манама, Бахрейн, по време на срещата на Съвета за сътрудничество в Залива през декември 2016 г.

Израел

Британско-израелска работна група дискутира условията за подписване на споразумение за свободна търговия между Великобритания и блискоизточната държава. Обединеното кралство е вторият по големина търговски партньор на Израел след САЩ. Двете страни имат особено тесни връзки в областта на отбраната и сигурността. В края на 2016 г. Rolls Royce сключи с израелския национален въздушен превозвач El Al договор на стойност 1,25 млрд. долара за доставка на двигатели. Контрактът бе обявен за най-голямото търговско споразумение в историята на британо-израелските икономически връзки.

Египет

Към 2016 г. компании от Острова имат инвестиции на стойност почти 37,5 млрд. долара в Египет. През февруари външният министър на Великобритания Борис Джонсън посети Кайро, за да обсъди възможностите за развитие на търговията. Не става въпрос за зона за свободна търговия, а за развитие на бизнес възможностите. Египет продължава да е в трудна ситуация от гледна точка на своята икономика и валутен курс, но въпреки това нефтеният гигант BP получи концесия на стойност 12 млрд. долара за проучване

за газови залежи в Северната делта на страната.

Иран

По отношение на Иран, страна със силни исторически връзки с Великобритания, също се наблюдава желание на Лондон да развива търговията и инвестициите. Там обаче спирачката идва от британските банки, които се страхуват, че ако подкрепят проекти в Иран, ще бъдат санкционирани от американските регулаторни органи заради нарушение на санкциите срещу Ислямската република. Въпреки това желанието за изгоден бизнес е взаимно за иранци и британци.

Всички тези страни и региони от Близкия изток имат своите традиционни връзки с Острова. Въпреки курса си към Брекзит, Великобритания продължава да бъде лидер в глобализацията и желае да се възползва и от възхода на Китай, и на редица азиатски държави с голямо население. Целта е Лондон да договори максимално изгодни условия за себе си в променящия се свят. До развързката на преговорите с Брюксел има още много време. Но отсега се вижда, че Близкият изток ще играе важна роля в развитието на Великобритания във от ЕС.

Н.Пр.Том ван Оорсхот:

В ХОЛАНДИЯ ИМА ОГРОМЕН ПАЗАР ЗА БЪЛГАРСКИ АГРОПРОДУКТИ И ВИНО

Том ван Оорсхот е посланик на Кралство Нидерландия в България от 2013 г. Роден е през 1955 г. в Хага. Завършил е гражданско и международно право в Лайденския университет. През 1982 г. започва работа в Министерството на външните работи, където през годините заема различни позиции. От 2000 г. насам той е последователно заместник-посланик в Унгария и Турция, а в периода 2009-2013 г. е директор „Правни отношения“ в Министерството на външните работи.

... АКО БЪЛГАРИЯ
... ИСКА ДА СЕ
... РАЗВИВА ПО-БЪРЗО
... ИКОНОМИЧЕСКИ,
... ТРЯБВА ДА
... РЕФОРМИРА
... СЪДЕБНАТА СИ
... СИСТЕМА И ДА
... СПРЕ КОРУПЦИЯТА



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

- Отношенията между двете страни са много добри, но винаги могат да бъдат и по-добри, затова ние работим усилено в тази посока. В България оперират големи международни холандски компании като Shell, Heineken, ING и други, както и голям брой малки фирми. Нашето желание е да видим на българския пазар повече средни по големина компании.

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

- Няколко са областите, в които има голям потенциал, тъй като България е страна с много възможности, но те все още не са напълно разкрити. Пример за това са технологиите, свързани с околната среда и водите. Холандските компании могат да допринесат за българската икономика по много устойчив начин в този сектор. Друга област, в която могат да си сътрудничат нашите две държави, е кръговата икономика и управлението на отпадъците. Това са относително нови области за страните в ЕС, но Холандия има много добри технологии, които би искала да сподели с България. Тъй като България все още се развива, мисля, че това може да се превърне в един традиционен, но много иновативен сектор за страната. Така тя ще може да използва ресурсите по много ефективен и иновативен начин, което би допринесло значително за икономиката.

- Как според вас гледа холандският бизнес на икономическия и инвестиционния климат в България?

- В Холандия съществува определен имидж за България и за съжаление той е свързан с корупцията и неспазване на законите. По тази причина и ние сме толкова гласовити и настоятелни. За да бъде привлечен холандският бизнес, той трябва да знае, че законите се спазват и правата на компаниите са гарантирани. Така компаниите ще знаят, че ако инвестират тук, парите им ще бъдат в безопасност. Те все още обаче имат определени съмнения по отношение на политическа намеса и корупция, и това не им харесва. Затова са скептични към влизане на пазара. Това е причината Холандия да бъде настоятелна в борбата срещу корупцията и за постигане на повече прозрачност както в политиката, така и в бизнеса. Били сме свидетели как холандски компании са изхвърлени от пазара по неконкурентен начин. И това е лошо.

- Кои са страните, в които инвестират холандските компании?

- Имаме стабилни традиции и огромна икономическа активност с Германия. Също така и с Великобритания, която е и наш съсед на запад. Тук също има голям потенциал, но първо съдебната система трябва да стане по-сигурна. Мисля, че определено има нужда от реформи в този сектор и вярвам, че правителството също го осъзнава. Върховенството на закона е много тясно обвър-

зано с икономическото развитие. Затова мисля, че ако България желае да се развива по-бързо икономически, трябва да подобри съдебната си система в много посоки, като борбата срещу корупцията и гарантирането на справедливост.

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

- Определено имате много добри селскостопански продукти, а в Холандия има огромен пазар за тях. Такъв продукт е българското вино, което наистина е страхотно. Аз съм му голям почитател, но така и не мога да го намеря в холандските магазини. То има голям потенциал. Но има и други продукти. Като цяло селскостопанският сектор може да се развива по-интензивно – имате хубава почва, климат и свободна земеделска земя (нещо, което ние нямаме). Това също е една от сферите, в които може да се постигне повече. България има много конкурентни предимства, които я правят привлекателна за холандските компании, като ниските данъци, ниските разходи за труд, както и добре квалифицирана работна ръка. В този дух, много ИКТ компании от Холандия наемат българи за свои служители.

- Какви нови бизнес проекти предстоят между България и Холандия?

- Нашата роля е да създаваме благоприятни условия пред холандските компании да развиват своя бизнес на българския пазар. А бизнес проектите, от своя страна, зависят от компаниите. Ние, като посолство, се концентрираме върху определени приоритети, сред които са кръговата икономика, корпоративната социална отговорност, развитието на зелени и умни градове, т.е. устойчиво развитие и устойчив бизнес.

Така компаниите показват, че се интересуват от земята, хората, а също и от печалбите си, но по социално отговорен начин. Отговорните компании много по-лесно промотират продуктите си. Стремежът ни е бизнес, ориентиран към бъдещето.

- Какво трябва да се направи, за да бъдат градовете ни по-зелени?

- Смятам, че София, и кметът Йорданка Фандъкова в частност, се справят много добре по отношение на въвеждане на екологичен градски транспорт, като метрото, електрически автобуси и такива с природен газ. Усилията водят до намалено замърсяване на въздуха и това се усеща. Парковете също се подобряват и се поддържат добре.

Но освен по-зелени, градовете трябва да се направят и по-приятни за живот. Защото в цял свят се наблюдава урбанизация – хората се концентрират в големите градове, които стават пренаселени, както София и Амстердам. Ако ние самите не се грижим за това, няма да живеем много добре. Това е един от секторите, в които можем да обменим знание и опит.

СЛУЖБАТА ПО
ТЪРГОВСКО-
ИКОНОМИЧЕСКИ
ВЪПРОСИ В БЕРЛИН
СТАРТИРА НОВА
КОМУНИКАЦИОННА
КАМПАНИЯ ЧРЕЗ
ДИРЕКТЕН МЕЙЛИНГ
ДО ПОТЕНЦИАЛНИ
ГЕРМАНСКИ
ИНВЕСТИТОРИ



Стефан Йонков:

БИЗНЕС С ГЕРМАНИЯ СЕ ПРАВИ ПРИ СТРИКТНИ ПРАВИЛА И ПРОЗРАЧНОСТ

Стефан Йонков е ръководител на Службата по търговско-икономически въпроси към Посолството на Република България в Берлин от май 2016 г. Магистър е по международни икономически отношения в УНСС - София. Професионалният му опит стартира в българското представителство на германска фармацевтична компания, продължава през Кинтекс ЕАД, където е отговарял за азиатските пазари на компанията. Има успешен мандат като ръководител на Службата по търговско-икономически въпроси към Посолството на РБ в Ню Делхи, Индия, за който получава отличия от Министерството на икономиката и БТПП за най-добър търговски представител на България и от Федерацията на индийските търговско-промишлени палати за особен принос в развитието на българо-индийските търговско-икономически отношения. Негов принос е и дългосрочното привличане на мултимилонната индийска киноиндустрия за реализиране заснемането на филмови проекти в България.

Г-н Йонков, как бихте определили интереса от страна на германски компании за инвестиции в България?

- Интересът на инвеститорите към България е необходимо да бъде предизвикан и постоянно поддържан, няма място за нереалистични очаквания, че инвеститорите сами ще почукат на вратата ни – точно обратното - това се случва рядко и е напълно валидно и за германските инвеститори. Приоритет на Службата по търговско-икономически въпроси (СТИВ), като представителство на Министерството на икономиката, е да бъде максимално проактивна – което означава много работа по търсене, привличане и реализирането на нови инвестиции в България. В Берлин стартирахме редица инициативи по популяризиране на България като инвестиционна дестинация – наред с визитите на селектирани изложения, на които идентифицираме потенциални инвеститори, реализираме и напълно нови инициативи. За първи път провеждаме кампания чрез директен мейлинг до германските компании, като периодично представяме атрактивните икономически условия, икономическата и политическата стабилност, която е особено важна за инвеститорите в днешни дни, успешните примери на германски инвеститори, избрали България. Първите резултати са обещаващи – от началото на годината вече работим по 4 конкретни инвестиционни запитвания. В този смисъл, интересът на германския бизнес към инвестиции в България би могъл да бъде определен като силен, което ни амбицира още повече. Германия е водещият стратегически инвеститор за България. За периода 1996-2016 г. немските инвестиции у нас възлизат на над 2,6 млрд. евро, а само от

януари до октомври 2016 г. статистиката отчита инвестиции от около 137.7 млн. евро.

- Кои са секторите, към които германският бизнес проявява интерес за инвестиции в България?

- Като по-широкомащабен може да се характеризира интересът към страната ни от производителите на компоненти за автомобилната индустрия. Опитваме се да привлечем производители на компоненти за жп индустрията. Идентифицирали сме интерес към закупуване както на функциониращи, така и на несъстоятелни български предприятия от тежката индустрия, интерес има в сферата на информационните технологии и в актуалната и сравнително нова за нас сфера на стартъпите. Нашата цел е да разширим интереса към България в секторите с нови по-високотехнологични производства – основно от сферата на електрониката, електротехниката, машиностроенето, хранителната промишленост, фармацевцията и др. Друг наш приоритет е да търсим и реализираме връзка с компании, които преди време са инвестирали в изграждане на свои задгранични производства в популярни за времето си чуждестранни дестинации, от които към настоящия момент наблюдаваме желание за постепенно оттегляне и релокализиране. В момента тези компании търсят нови инвестиционни локации и сега е моментът да ги привлечем в България.

- Какви са най-често притесненията на представителите на германските предприемачи относно развитието на бизнес у нас?

- Притесненията на германските компании, които никога



Среща с потенциален инвеститор в Службата по търговско-икономически въпроси в посолството в Берлин

не са посещавали страната ни, най-често са вследствие на стереотипи, наложени от някои медии. Често сме поставяни под общия знаменател на бедната източноевропейска страна, белязана от корупция и неефективна правораздавателна система. Всяка държава има своите силни и не толкова силни страни, но е необходимо да се отдели по-голямо внимание върху позитивното. Фактът, че големи германски инвеститори като Либхер, Луфтханза Техник, Аурубис и др. разширяват своите инвестиции в България, е достатъчно красноречив.

У компаниите има и друго притеснение, свързано с наемането на квалифицирана работна ръка у нас. Знае се, че се изпитват определени трудности с намирането на обучени хора за производствата. От друга страна, това има своите положителни странични ефекти: повишават се работните заплати на квалифицираната работна сила, заета в България, стартират се програми за дуално обучение и квалификация на кадри, създават се обучителни центрове към компаниите.

- От началото на 2017 г. са стартирани 4 нови германски инвестиционни проекта в България. Може ли да разкажете повече за тях?

- Работим по 2 инвестиции от сериозни германски производители на автокомпоненти в разкриването на техни производства в България. Най-удовлетворяващото е, че едната компания не само потвърди своята инвестиция в България до края на 2017 г., но и декларира, че след взитата решение й е инвестицията да бъде по-голяма от планираната. Очаква се разкриването на над 200 работни места и отделен логистичен център. Вторият проект е свързан с инвестиция от производител на автокомпоненти с интерес към Северозападна България – тя е на по-начален

етап. Третият проект е свързан с германски производител на вагони. Желанието му е да стъпи в България чрез закупуването на съществуващо металургично предприятие. Четвъртият наш проект предвижда производствено коопериране в областта на производството на детайли от метал, като се очаква и последващо поглъщане на българския производител от германската компания, специализирала в индустриалния дизайн и подоставчик на световни марки черна техника. Важно е да отбележим, че германските инвестиции са стратегически, това означава, че са дългосрочни, устойчиви, разширяващи се и създаващи висока заетост в производствата.

- Германия е водещ партньор в търговията на България. Какви резултати отчита двустранният ни стокообмен и къде виждате потенциал той да се засили или подобри?

- През последните две години двустранният стокообмен отбеляза два поредни рекорда – през 2015 г. бе поставен първият рекорд от 6.3 млрд. евро двустранен стокообмен, а през 2016 г. този рекорд бе подобрен - двустранен стокообмен 6.6 млрд. евро, т.е. 5% ръст. През 2016 г. българският износ за Германия нараства по-бързо от вноса и това е още една положителна новина. Естествено, голяма част от осъществения износ се извършва от германски компании, произвеждащи в България и реализиращи обратен износ към Германия. Потенциал на първо място виждам в приличането на нови немски производители, които да създават заетост, да произвеждат продукти с висока добавена стойност, които да допринасят за българския износ за ФРГ.

- Представен ли е българският бизнес в Германия и има ли и обратен процес – интерес от български фирми за инвестиции и търговия с Германия?

• ОТ НАЧАЛОТО НА ГОДИНАТА РАБОТИМ ПО
 • 4 КОНКРЕТНИ ИНВЕСТИЦИОННИ ПРОЕКТА
 • НА НЕМСКИ КОМПАНИИ В БЪЛГАРИЯ

В ГЕРМАНИЯ МОЖЕМ ДА СЕ ГОРДЕЕМ С МНОГО БЪЛГАРСКИ УСПЕШНИ ИСТОРИИ

- Да, в Германия можем да се гордеем с български успешни истории от различен калибър. Пример ще дам с производителя на електроинструменти СПАРКИ, който от началото на 90-те развива успешен бизнес в Германия. Българската компания БУЛПРОС наскоро реализира сериозна мултимилionна инвестиция в закупуването на водещата германска ИТ компания Груп Бизнес Софтуер (GBS). Мога да дам пример и с българските вина на някои наши изби или биохрана – например суровите биодесерти Рубар, произвеждани в България, се продават успешно и в Германия. Българската компания КРИСПА, произвеждаща висококачествена козметика за международните пазари, също е позната на немския пазар. Компанията Грундманн и Грундманн внася облекла и има специален представителен магазин с дрехи на българския производител на дамско бизнес облекло Андрюс Лейдис в Берлин. В Германия работи българската компания Bossev Weinmarketing, която внася българско вино. Успех имат и български хранителни магазини и ресторанти.

- Какви са начините български продукти и услуги да пробият на германския пазар?

- СТИВ-Берлин, както и останалите две представителства на Министерството на икономиката – СТИВ-Мюнхен и СТИВ-Франкфурт, постоянно съдействат на българските компании за намиране на пробив посредством създаването на контакти с потенциални партньори, с които българските фирми да реализират по-нататъшен директен контакт. За да се стигне до сделка, това няма как да стане дистанционно – важно е фирмите да участват в специализирани изложения, да организират свои щандове, да организират директни срещи. Необходимо е да присъстваш и да се рекламираш постоянно. Изпълнителната агенция за

насърчаване на малките и средни предприятия (ИАНМСП) организира български щандове във важни германски изложения, БТПП организира визити на бизнес делегации в чужбина, а това е изключително полезно при навлизането в Германия. Германско-българската индустриално-търговска камара постоянно организира интересни обучителни секторни семинари, запознаващи желаещите с особеностите при правеното на бизнес в Германия – една от многото полезни инициативи на камарата на д-р Митко Василев. Като цяло смятам, че активният подход е начинът за пробив в Германия. Бизнес средата тук стъпва на стриктни правила, прозрачност и яснота.

- Един от успешните германски модели, който отско- ро намира почва и у нас, е дуалното образование. Как може да се засили неговата роля и как вие може да помогнете за това?

- Все още дуалната форма на обучение е в начална фаза в България, но е напълно необходима и изключително полезна. Има компании, които успешно я прилагат – Пирин Текс, Либхер, а Костал обучават свои кадри в Техническият университет – София в специално подготвени за техните нужди магистърски програми. В Германия образователната система е направена така, че филтърът за професионалното развитие на всеки стартира още от детска възраст – в 4-и клас. Тогава, съобразно представянето на детето в училище и предпочитанията на родителите, то бива класирано в 3 възможни вида гимназии, с различна насоченост и различна продължителност на обучението, последвани от 3 различни степени и форми на висше образование. Германският модел води до реализация на хората спрямо специфичните им качества и способности и това помага за разнообразието от подготвени специалисти и кадри за всички видове професии.

Дуалното обучение ще бъде от голяма полза и за бъдещите студенти, избрали инженерни специалности. СТИВ-Берлин винаги е на разположение за осигуряване на информационни материали за дуалното обучение. Ние се стараем да информираме българския бизнес относно търсените специалисти в немските компании в България. А конкретно в СТИВ-Берлин стартира стажантска програма за български студенти, изучаващи икономика в Германия, защото има безкрайно кадърни деца, които се радват на шанса да са паралелно в университета и в практиката.

С федералния министър на икономиката и енергетиката на Федерална република Германия г-жа Бригите Циприс



Фото Федерална асоциация на германските стартъпи

ТЪРСЯТ СЕ ПОЛИТИЦИ НОВАТОРИ

1000 ЕВРОПЕЙСКИ ГРАЖДАНИ ЩЕ ИЗБЕРАТ
НОСИТЕЛИТЕ НА НАГРАДИТЕ „ИНОВАЦИИ В
ПОЛИТИКАТА“, БЪЛГАРИЯ Е СРЕД ОСЕМТЕ
ДЪРЖАВИ УЧРЕДИТЕЛИ НА ИНИЦИАТИВАТА



автор: Венцислав Генков

Международен конкурс търси креативни и смели политици новатори в Европа. Наградите „Иновации в политиката“ ще бъдат раздадени за първи път, като целта е на фона на намаляващото доверие на европейските граждани в политиците да бъдат насърчени тези лидери, които искат да работят за позитивна промяна. Инициативата цели да промени политиката в дългосрочен план.

Наградите ще бъдат в девет категории – „Цивилизация“, „Демокрация“, „Човешки права“, „Свобода“, „Работни места“, „Екология“, „Общност“, „Просперитет“, „Качество на живот“. Жури от 1000 европейски граждани, избрани на случаен принцип от всички желаещи, ще определи победителите тази есен. Церемонията по награждаването ще се проведе на 6 декември 2017 г. във Виена.

Критериите за избора са иновации, създаване на мостове, изграждане на доверие, участие, устойчивост и финансова жизнеспособност.

Всеки може да номинира чрез уебсайта на наградите www.innovationinpolitics.eu или по електронна поща активен

политик в Европейския съюз с дейност през последните пет години. Условието е той да бъде избран или назначен, но няма значение дали е на местно, държавно, регионално или европейско ниво. Крайният срок за номинациите е 31 юли.

Представител за България на Института за иновации в политиката е изпълнителният директор на All Channels Communication Group Александър Дурчев. Членовете на Консултативния съвет на наградите за България са Ирина Алексиева, изпълнителен директор на Българското училище за политика „Димитър Паница“; проф. Ингрид Шикова, един от основателите на катедра „Европеистика“ в СУ „Климент Охридски“, и Елвин Гури - предприемач, ангажиран с редица каузи в сферата на дарителството и образованието.

„Тези награди имат амбициозна цел – да идентифицират и отличат по-различните, добрите политически практики, които обединяват хората и създават устойчива среда“, смята Дурчев. По думите му е изключително признателно фактът, че България е една от двете държави в Източна Европа, общо осем в цяла Европа, където стартират наградите.

Едуард **Щрасер**, съучредител на Института за иновации в политиката:

Нужни са хора с кураж, носители на фундаментална промяна

Г-н Щрасер, как се роди идеята за наградата „Иновации в политиката“?

- Целта е да намерим заедно политиците, които имат куража да се сравняват помежду си. Полша и България са единствените източноевропейски държави, които участват в инициативата. Останалите са Италия, Австрия, Швеция, Великобритания, Германия и Франция.

Появата на инициативата е плод на съзнаване, че политиката е изправена пред сериозни проблеми. Младите бягат от политиката и ние трябва да направим нещо, за да спрем този процес – те не гласуват и не изразяват своето мнение. Ние търсим онези политици, които работят по различен и добър за хората начин. Смятаме, че такива има в България - както на местно, така и на национално, регионално и европейско ниво.

- Какво е определението за иновация в политиката?

- Иновация е всеки проект, променил по някакъв начин общността. Да е създал благоприятна среда да се случи

нещо положително в ежедневието ни. Проектът е насочен и към тези политици, които не гледаме всеки ден по телевизията, но създават добро за нас.

Не знам кои ще са партиите, които ще управляват след десет години, но много от сегашните няма да са сред тях. Безспорно е, че ни трябва фундаментална промяна в политиката. Това, което търсим, са онези политици, на които можем да се доверим, че могат да изградят по-добро бъдеще за хората. Важни са две основни качества. На първо място – кураж, и неслучайно сме избрали този графичен знак на нашата кампания – човекът, който се хвърля в неизвестността, защото всяко ново нещо е свързано с известни рискове. Ние търсим онези хора, които са готови да решат старите проблеми с абсолютно новаторски подход. Разбира се, в различните държави нещата стоят по различен начин, но за нас са важни онези политици, които имат предприемачески дух и ще играят играта по нов начин. Другият аспект е креативността, творческият заряд, защото очевидно е, че голяма част от политическите инструменти вече не могат да бъдат прилагани и трябва да потърсим нови.

Фото Крaсимир Свраков



Александър Дурчев (вляво), членовете на българския консултативен съвет за наградите Ирина Алексиева, Елвин Гури и доц. Инерид Шикова (от ляво надясно) и Едуард Щрасер от Института за иновации в политиката

Игор Левин:

ХОРАТА СА РЕСУРСЪТ за **ВСЯКА ИНОВАЦИЯ**

автор: **Мая Цанева**

Г-н Левин, защо решихте да развivate иновативен бизнес именно в България? Страната ни не беше популярна дестинация за новатори преди 15 години?

- Преди да направя този избор, имах онлайн контакти с няколко български софтуерни и хардуерни инженери по повод на изпълнението на различни инженерни проекти. През 2004 г. се поинтересувах от България. Страната имаше добри перспективи за предстоящо приемане в ЕС, което да гарантира политическа устойчивост за бизнеса. Течеше процес на реформи в посока на намаляване на административната тежест и стимулиране на инвестициите. Реших да опитам със създаване на иновационен бизнес в България и да дам възможност на малък екип млади и талантиливи инженери да развива потенциала си. Учредих „Електросфера“ през 2004 г. и през 2005 г. стартирахме разволя на нов дигитален аудиопродукт, доразвиващ моя разработка под бранда Antelope Audio. Събрах екип онлайн и първоначално работехме месеци наред чрез дистанционна връзка – аз в САЩ, те в България. Имахме напредък, който ме мотивира да дойда на място и да поема сам управлението на екипа, да го разширявам и напътствам. Завършихме проекта за първия продукт на Antelope Audio - Isochrone OCH, и го пуснахме на пазара през 2007 г. Оттогава живея основно в София.

- **Още преди да стартирате проекта „Електросфера“ в България, вие сте имали успешна кариера в звуковото инженерство. Разкажете ни как стигнахте до технологията на т.нар. атомен часовник (atomic clocking)?**

- Постигнах първия си успех в САЩ преди 16 години.

Моят пробив бе Aardsync с Acoustically Focused Clocking technology (AFC). Технологията веднага бе припозната като най-добрата в звукозаписната индустрия.

- **Какъв беше пътят от технологичното разработване на вашите аудиоапаратури и конвертори до работата с тях по холивудски продукции като „Аватар“ и „Междувездни войни“? Как стигнахте до първите си клиенти?**

- Пътят от развиването на технологията до най-големите холивудски продукции бе много тежък и труден и поразително кратък според времевите стандарти на аудиоиндустрията. Все още помня думите на Крис Бойс, звуков режисьор на „Аватар“, който получи две номинации за Оскар: „Имаше толкова много звукови творчески възможности, че ние бяхме в състояние да ги пресъздадем още от самото начало в хода на снимките и да оценим резултата от нашите идеи веднага на място.“

- **Вашата компания работи със собствен капитал. Колко струва реализирането на една иновация?**

- Времето е най-ценният капитал и ресурс в иновациите - първите винаги печелят. Цената да си преди всички други е голяма. Иновативният бизнес изисква да си във всеки момент с една крачка пред всички - да видиш пазарна ниша там, където днес я няма, да я създадеш. Съществуващите пазарни ниши могат да бъдат покорени с иновации, но цената на навлизането в друга ниша трябва да бъде платена. Всяка стъпка трябва да се прави, когато си готов, но и когато клиентите са готови да приемат твоя продукт.

В „Електросфера“ завършихме първия си продукт за

⋮ ПЪРВИТЕ ВИНАГИ ПЕЧЕЛЯТ, НО ЦЕНАТА
⋮ **ДА СИ ПРЕДИ ВСИЧКИ ДРУГИ Е ГОЛЯМА**



две години, втория за една, а през 2016 и 2017 г. разработваме по 5-6 продукта на година, повечето паралелно.

Започнахме с двама развойни инженери, а сега имаме отдели за хардуерен развой, софтуерен развой и тестване от над 30 човека. Иновациите са непрестанна надпревара с времето – трябва да започнем развоя на подобрената му версия, преди още да сме показали пред света новия си продукт.

Първите години финансирах бизнеса си в България със собствени средства, тогава нямаше приходи, само разходи за развойна дейност. След пазарния успех на първите ми български продукти предизвикателството е как да се управлява оптимално ежегоден ръст на бизнеса от 30-40%.

- Как се променя бизнес средата за иновации в България? Кои бяха най-големите предизвикателства, когато стартирахте, и какви са днес?

Игор Левин е основател на фирмата „Електросфера“ с бранда Antelope Audio, световен лидер в дигиталните аудиотехнологии. Фирмата е основана в България от Левин, който за първи път в света въвежда използването на атомен часовник в музикалното инженерство като радикална иновация. Целият цикъл на разработка и производство се осъществява в България. Технологиите на фирмата се използват от най-големите звукозаписни студия в САЩ, Великобритания и Япония, Грами изпълнители и при озвучаването на високотехнологични филми като „Аватар“, „Междувъздушни войни“ и др. През 2016 г. компанията спечели награда в категорията „Пазарно лидерство“ на 12-ия Конкурс за иновативно предприятие на годината, организиран от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ и Enterprise Europe Network - България.



Игор Левин приема наградата за „Пазарно лидерство“ на 12-ия Конкурс за иновативно предприятие на годината 2016 от президента на Република България Росен Плевнелиев

- Предизвикателствата в България са много, но нито едно от тях не е оправдание да се откажеш. Като цяло смятам, че бизнес средата и в частност средата за иновации се подобрява през годините. Положителните примери за успешен старт и проспериращ иновативен продукт тук най-често се асоциират с млади, инициативни и предприемчиви професионалисти, а не с европейски или правителствени програми. Хората са ресурсът за всяка иновация, те трябва да са във фокуса на вниманието ви, ако искате да се развиват иновации в България. Затова и финансиращите програми трябва да са насочени към тях, намалявайки до минимум бюрократичните бариери. Надявам се държавата да създава среда за младите български изобретатели и предприемачи.

- Напоследък все повече се говори за създаването и прилагането на национални политики в подкрепа на иновациите и развитието на бизнес среда в активно взаимодействие с бизнеса и образованието. Ако имате възможност, какви биха били вашите препоръки? От какво има нужда компания като вашата?

- Имаме нужда от три вида кадри. На първо място - висококвалифицирани специалисти по електроника и програмиране. Такива в България има, но конкуренцията на пазара на труда за тях е голяма.

Много трудно намираме висококвалифицирани кадри в областта на маркетинга и „връзки с обществеността“.

Третият тип кадри са мениджъри.

- Вашият екип от инженери работи изцяло в България. Съгласен ли сте с мнението, че в страната няма достатъчно висококвалифицирани технически специалисти? Как взаимодействате с научните среди и/или университетите?

- Темповете на ръст на търсенето на висококвалифицирани технически специалисти изпреварват темповете на създаване на такива от образователната система в България. Поради това ни се налага да бъдем все по-изобретателни при привличането на най-добрите – чрез сътрудничество с университетите и с БАН, участия в различни форуми за таланти и организиране на семинари, стажове, обучителни програми. Използваме всички възможни методи.

- Каква е вашата формула за успешна иновативна фирма? Какво бихте посъветвали иноваторите, които искат да бъдат устойчиви и да направят международен пробив?

- Формулата е да не се отказвате от странните си идеи, да не се предавате и да се борите за реализирането им. Следващата стъпка е да покажете на света колко уникален продукт или услуга сте създали и да дадете възможност на хората да го имат. Чак тогава започвате да мислите как да превърнете пробива си в устойчиво развиващ се бизнес.



ECONOMIC.BG
ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ

WWW.ECONOMIC.BG

ИНОВАЦИИ В КЛАСИЧЕСКИ ПРЕВОД

автор: Мая Цанева

Леона Асланова е експерт и консултант по иновации. Тя е основател на „Иновейшън Стартър“, първата специализирана агенция за иновации в България. Асланова и екипът ѝ стоят зад проекти като форума за иновации „Innovation Explorer“, „Академия за иновации“, „Homemade Green Sofia“.

Когато се запознах с Леона Асланова преди около две години, още навлизах в иновациите и предприемачеството. Тогава тя ми помогна да разпознавам по-добре новаторите. Две години по-късно имам достатъчно познания, за да оценя факта, че тя говори за тях разбираемо и на български, без да се изкушава от сложните термини, които за голяма част от потребителите са просто непознати думи. Често ми се случва да слушам обяснения по темата, в които смисълът се губи в полупреведени англоезични изрази. Затова потърсих класически филолог, който разбира от иновации. Леона, освен предприемач, е и университетски преподавател, затова подбира думите си според класическите литературни традиции, макар и професионално да се стреми към разбиране на статуквото. „Иновацията е голяма (значима и масова) позитивна промяна в конкретна сфера, реализирана под формата на продукт, услуга, процес или бизнес модел, която носи нови ползи (естествен ръст за бизнеса) или прогрес (подобрене на средата на живот за обществото). Типовете иновации са: радикални, подривни (разрушителни) и пробивни, или инкрементални (на английски термините звучат по-познато, но е време да научим и българските)“.

Също като мен експертът не вярва в псевдо-иновативни идеи като поредното мобилно приложение, услуга или продукт, имитация на аналози в европейски или световен мащаб. Експертът пояснява, че иновациите имат жизнен цикъл: след като една идея се пребори за дизайн на средата, тя също започва да остарява и ѝ предстои да бъде изместена от следващата голяма позитивна концепция. „Няма рецепта за „иновации“, така както няма рецепта за „успех“, казва Леона. Има отъпан път - тя и екипът ѝ ги „отглеждат“, като валидират идеите, масовизират ги чрез изграждане на стратегически партньорства от 5-6 големи компа-

нии около тях. Партньорите стават „посланици“ на идеята и добавят тежест, като по този начин валидирането се случва по-бързо.

Експертът припомня, че теорията на иновациите и икономиката на иновациите вече са навлезли във висшето образование у нас, но все пак те са знания на хартия. Събеседничката ми се вълнува от ученето без учебници, подкрепя модела на ускорения цикъл на висшето образование - 2 г., вместо 5, и експерименталните интериорни решения за класни стаи за различни цели в постоянна връзка с бизнеса. „Няма разлика между гледната точка на бизнеса и университетите по въпроса какво е иновация, трудното е да се ускори процесът“, пояснява тя.

На практика понятията „иноватор“ и „предприемач“ често се сливат. Леона пояснява, че термините могат да се използват като синоними само в определен контекст. „Предприемачество“ се ползва както за малките, така и за новите бизнеси. На практика много от добре утвърдените компании също се ангажират с проекти на предприемачество – т.нар. *intrapreneurship*. Следователно, терминът се отнася до определен тип дейност и култура в компанията. „В сърцето на тази дейност (предприемачеството – б.а.) е иновацията: усилието да създадеш целенасочена, фокусирана промяна в икономиката или социалния потенциал на едно предприятие“, казва събеседничката ми.

Все пак как се учи предприемачество? Тя препоръчва комбинацията от хуманитарно и икономическо образование или точни науки, или технологично плюс икономическо образование. От наблюденията ѝ на пазара най-честата грешка на българските предприемачи е липсата на стратегия или разминаването на стратегия и конкретни стъпки по въвеждането. „Предприемачеството не се учи, изучава се класическото знание. Нека те да създават мрежа от контакти с бизнеса и средата, да работят при големите, за да се научат на процеси и трудова дисциплина. Да не ги е страх да плуват в дълбокото и да се учат от най-добрите практики в своята област. Там, където няма пазар, сами да си създават пазар и клиенти“.

„Иновейшън Стартър“ не е типичен пример за новосъздадено предприятие, но е образец как да създаваш и развиваш пазар. Тя и колегите ѝ стартират компанията си след успешни кариери в корпорации. Това ги отличава от повечето стартъпи. Дава им предимството на опита при формирането

ЛЕОНА
АСЛАНОВА ОТ
„ИНОВЕЙШЪН
СТАРТЪР“ ПОМАГА
ДА СЕ СЛУЧВА
ПОЗИТИВНАТА
ПРОМЯНА



или разрушаване на статуквото с методика за систематично иновирание.

Три години след старта работят с външни експерти по корпоративните си задания и инвестират собствени средства, привличат капитал с партньорства по социалните си проекти. Често партньорите мигрират и в двете посоки, което е знак, че бизнесът все повече осъзнава своето място в обществените процеси на промяна. „Социалните иновации се случват на границата на публично-частната сфера. За да видим големи промени у нас, трябва да работим в посока обединяване и насочване на усилия в конкретни фокус точки. Много малки неправителствени организации или отделни компании се хвърлят в гръмки проблеми като образование или здравеопазване. Добре е да се върви стъпка по стъпка, с надграждане, с обща концепция и стратегия“, пояснява Леона.

Експертът цитира опита си от трите проекта за социални иновации, по които работи в момента. Във всеки един е въвлечен партньор от публичната сфера, който е „домакин“ на идеята и разпознава проблемите, а финансирането е от бизнеса.

на ефективен екип и система на управление - познават процесите на целеполагане, имат дисциплина и изградени контакти с потенциалните клиенти и партньори. Въпреки това преминават през кризи на идентичността, преосмислят представата си за пазара при срещата с действителността.

Дейността им се развива според динамиката на иновативната среда у нас. Бизнес моделът еволюира от обучения по иновации за корпоративни клиенти и стартиращи компании през първата година, през акцент върху събития до сериозна подкрепа на социалните проекти и устойчиви промени чрез публично-частни партньорства. „За момента по-скоро тичаме сами по пистата, тъй като непрекъснато променяме това, което правим, и начина, по който го правим, създаваме нов тип дейност, която ни различава“, пояснява Леона. Целта е да насърчават бизнеса, публичната сфера или частни лица да поемат отговорност за разрешаване на социални или бизнес проблеми, с цел подобряване

Завършваме с актуалната тема за институционалната подкрепа на иновациите. Според събеседничката ми държавата не може да ги подкрепя, защото изконно те са насочени срещу реда. Тя смята, че подобна национална стратегия трябва да преразпределя, от една страна, средства в приоритетни области за държавни политики и публично-частни партньорства, а от друга - да иновира процесите, така че те да не спъват административно, регулаторно и икономически възникването и развитието на иновациите. „Т. е. държавата в случая не може да бъде нито майка, нито мащеха, нито бавачка, нито дойка. Тя трябва да е семейство, което се е погрижило за децата си и е готово да ги остави да бъдат самостоятелни и свободни, далеч от дома“ - метафоричен, но конкретен отговор от един филолог, който подбира думите също толкова внимателно, както и иновациите, в които инвестира.

СТАРТ след РЕСТАРТА

КОГАТО БИЗНЕСЪТ НЕ ВЪРВИ, СПРЕТЕ И СЕ ЗАЕМЕТЕ С НЕЩО ПЕЧЕЛИВШО, СЪВЕТВАТ ПРЕДПРИЕМАЧИ, МИНАЛИ ПО ТОЗИ ПЪТ

НОВ-ХАВ 52

автор: Яна Колева

Не се притеснявайте от своите неуспехи, поучете се от тях и започнете отново, съветва Ричард Брансън, основателят на „Върджин груп“. Когато бизнесът не върви, рестартирайте го, препоръчва и консултантът по бизнес развитие Димитър Филипов. Причините, довели до такъв повратен момент, може да са много. Голяма част от предприемачите се учат в движение и когато фалират веднъж, те получават жив урок от собствен опит. Немалко стартъпи ползват финансиране от фондове за рисков капитал и ако компанията не се развие, те просто прекратяват дейността, не дължат нищо и повечето ентузиастични започват нещо ново. Но това не е истински рестарт. Рестарт е, когато си загубил всичко, когато си се измъкнал почти на ръба или когато не си успял да намериш начин и си изпаднал в несъстоятелност. При всички случаи, когато нещата не вървят, трябва да спреш. Не бива да хвърляш добри пари подир лоши. И ако това започне да се случва, значи е вре-

ме за нещо ново, уверява Димитър Филипов, основател на компанията BLUE Strategy Consulting.

Емоцията диктува

В трейдинга е изследвано, че когато търгуваш с определени акции, често се привързваш към тях и ставаш емоционално ангажиран. Тази емоция пречи да спреш навреме и да продадеш актива при по-малка загуба, която иначе ще става по-голяма. Затова трябва да излезеш от позицията. По същия начин печалбата е важна в бизнеса и нямаш ли положителен резултат в продължение на година, значи идва време за нещо ново. Но повечето хора са вложили всичко от себе си, преживяват тежко неуспеха и имат нужда психологически да се възстановят. „Първият ми бизнес беше хлебопекарна. Бях инженер и си мислех, че хляб винаги ще се яде. И инвестирах в това. Ако добре бях проучил нещата, щях да знам, че там печалба почти няма. Парадоксът е, че когато житото е скъпо, хлебопроизводителите са на

ВТОРИ ШАНС

1. Проучете пазара и се ориентирайте към бизнес в растеж. Следвайте посоката, в която вървят парите!
2. Ако се ориентирате към традиционни индустрии, трябва добре да се пресметнат всички рискове. Голям риск крият и иновациите.
3. Каквото и да правите, трябва да сте готови за излаз на глобалния пазар.
4. Ако все още няма търсене на вашия продукт, тъй като е иновативен, ще трябва тепърва да го създадете.
5. Когато се уверите, че всички шансове са на ваша страна, се хвърлете смело в новото начинание.

печалба. Падне ли цената на житото, хлябът поевтинява драстично и предприемачите са на ръба. Научих това по трудния начин и така стигнах до рестарт“, разказва Димитър Филипov.

Ново начало

Наложи ли се да тръгнеш отначало, намиращ нещо, което е интересно за теб и за потребителите. Проучваш пазара и откриваш своя нов път. До рестарт се стига и когато бизнесът, с който се занимаваш, спре да ти е интересен. Появи ли се желанието да правиш нещо ново, това може да е знак за рязък завой, ако нямаш сили да развиваш паралелно двата бизнеса. А ако просто си разбрал, че тази работа не е за теб, има два варианта. Единият е да отидеш да работиш на заплата, което правят около 75% от хората, които не са успели в своето първо предприемаческо начинание. Другите опитват наново, като едни намират вярната посока, а някои – не.

Предприемачът е човек, който има изгарящо желание да върви по пътя, който е избрал. Искат се личностни качества да устояваш на всички, които са убедени, че няма

да успееш. А често предприемачите успяват просто защото подхождат нестандартно и не правят нещата като всички останали. Когато имаш свой бизнес в България, трябва да се справяш с много предизвикателства. Тук пазарът е малък и се налага да се работи с поглед навън, като се ползват наличните преимущества в страната.

Следвайте мечтите си

Да започнеш нов бизнес, си е авантюра. Тръгваш от нулата с търсене на пари, с изграждане на нови отношения и с намиране на пазари. Рестартът никога не е лесен и никога няма подходящо време за това. Видиш ли, че не върви, не продължавай да затъваш, съветва и Вихра Андонова от фондация „Евро Перспективи“. Тя е ръководител на международния проект „Рестарт“ по програма „Еразъм+“, управляван в партньорство с представители от Ирландия, Холандия и Испания. Разработен е сайт със секция и на български език: www.restart.how. Скоро на него всеки, който е стигнал до рестарт, ще намери материали, които да му помогнат да извлече поуки от неуспеха и да намери верни ориентири към своето ново начало.

Рестартът е труден процес и въпросът е да не се откажеш, а да откриеш печеливша идея за развитие. Опитайте пак и следвайте мечтите си. Всеки добре обмислен опит е възможност.

КОГАТО ДОСТИГНЕШ ДЪНОТО

Съвети от Димитър Филипov

1. Не се отчайвайте и не се предавайте. Вината често е във фактори извън вас, но научете уроците от своя неуспех.
2. Имате цел - напишете си я.
3. Следвайте смело своя път, по който изберете да тръгнете след неуспеха.
4. Бъдете настоятелни в онова, с което се заемете.
5. Ако нещата стават бавно, не се отказвайте.
6. Помнете: Плановите са безсмислени, планирането е безценно.



ПРОМЯНАТА ЗАПОЧВА ОТВЪТРЕ

ЕЛИЦА КОСТОВА Е
ТРАНСФОРМАЦИОНЕН
КОУЧ И ЧРЕЗ ИНОВАТИВНА
МЕТОДОЛОГИЯ ПОМАГА НА
БИЗНЕС ЛИДЕРИ И МЕНИДЖЪРИ
ДА ПОСТИГАТ ПО-ВИСОКИ
РЕЗУЛТАТИ



Има начин да се освободим от мисловните модели, които ни пречат, уверява Елица Костова

автор: Яна Колева

Животът, а и управлението на бизнеса са като игра – погрешните ходове и моделите на поведение, несъобразени с целите, не позволяват да сме лидери в надпреварата. И докато не усвоим правилата на играта и не се научим умело да „държим юздите“, други ще са победителите. Елица Костова, основател на „Воксес Корпорейт“ и сертифициран трансформационен коуч, предлага иновативна методология, чрез която всеки може да намери пътя към своята позитивна промяна за по-успешна реализация.

Що е то

Трансформационният коучинг помага за постигането на конкретни цели чрез създаване на навици и модел за управление на вниманието, енергията и времето. Често фокусирането единствено върху подобряване на едно умение или техника не дава резултат. Има нещо друго, което из основи трябва да се промени. Това е като да се опитваш да инсталираш нова програма на компютър, чийто хардуер е несъвместим с нея, обяснява Елица. Важни аспекти на трансформационния коучинг са развиването на умения, поставянето на цели и управлението на ресурсите за постигането им. Работи се не само на съзнателно, но и на подсъзнателно ниво.

Накъде

В коучинга има принцип, че не може да отведеш някого по-далеч от там, където самият ти си стигнал. Затова основната задача на всеки, който се занимава с тренинг и коучинг, е да развива и сам себе си, уверява Елица. Спо-

ред нея мениджърите са своеобразни водачи и учители за своите служители. Личният им пример е от голямо значение. И затова за всеки бизнес лидер е изключително важно съзнанието за личен растеж и развитие – не да се изхожда от позицията, че няма какво повече да се научи, а от аспекта какво може да се подобри чрез придобиването на нови знания и умения чрез трансформация. Настройката за учене е ключът за мениджърите, а и за самите коучове. Знанието вече не е нещо непроменимо през нашия съзнателен живот, затова промяната е постоянен процес.

Началото

Елица Костова търсила своето призвание и някак случайно я поканили да работи в първото международно училище в България. Заедно с това работи с младежи в неравностойно положение. Там тя установила, че за нея е голяма страст да изследва как функционира човекът и как той може да развие най-доброто в себе си. Самата тя е минала през различни трудности, преодолявала ги е и стигнала до етапа, в който да е полезна със своя опит и умения. Днес тя предлага трансформационен коучинг за мениджъри. Работи с младежи в неравностойно положение, както и с елитни младежки клубове, за да им помага в кариерната ориентация и развитие. Заедно с това от пет години работи и с възрастни. Тя установява, че хората по една или друга причина приемат определени модели на мислене и поведение и започват механично да ги следват. Често те са сериозна спънка в развитието им, но хората не знаят как да ги променят. Необходима е трансформация, за да може всеки да се „препрограмира“ и така по-лесно да постигне целите си.

Лидери

Установено е, че ритъмът на дишането на хора, които стоят заедно в една стая, се синхронизира. Затова дори начинът, по който човекът на ръководна позиция комуникира, както стойката и тонът на гласа му въздействат на подсъзнателно ниво. Това е отговорност, тъй като той може да насърчи и да мотивира, но може и да стресира. Също така управляващият даден бизнес задава културната парадигма – грешките може да се приемат като отправна точка за развитие, но може и да се бичуват. Хората на върха постигат резултати чрез своите екипи. Личността на мениджъра е фундаментът, върху който се гради личният му стил на управление. Затова всеки, който е на ръководна позиция, е добре да премисли какъв иска да е той, как другите да го възприемат, каква култура да създава, какво да е поведението му в организацията, какво компанията трябва да постигне. Най-бързият начин към това осмисляне и промяна може да стане чрез трансформационен коуч. Така се прави качествен скок и се получават далеч по-високи резултати.

Цената на обновяването

Трансформацията невинаги е лек процес, тъй като в повечето случаи подсъзнанието валидира всички модели, които сме си изградили. То обаче не разполага с надежден механизъм, чрез който да отсее кое работи за нас и кое е деструктивно. Често подсъзнанието безусловно приема нашите програми, които задават стил на комуникация и взаимодействие с другите, тъй като за него това е пътят на най-малкото съпротивление. Задачата на съзнанието е да направи избора сред тези програми и, ако се налага, да ги трансформира. Човек трябва да направи самооценка. Самият процес на трансформацията е тежък, но след това се получава усещането за лекота. Ако искаш да почувстваш летежа, трябва да платиш „цената“ на обновяването. Наградата за това усилие е голяма, уверяват хора, успешно минали по такъв път.

ПРЕНАСТРОЙВАНЕ НА ЛИЧНОСТТА

Трансформационният коучинг работи на три нива. Първо, променя начина на мислене. Всеки приема определени модели на поведение, но най-важният въпрос е какво работи за мен. Вярванията и нагласите, които ни ограничават и спъват развитието ни напред, трябва да се трансформират. Важната стъпка в тази посока е осъзнаването кое от нашата мисловна програма ни помага и кое ни пречи. При невролингвистичното програмиране е установено, че нашето емоционално състояние диктува реакциите ни. И когато един и същи модел многократно се повтори, се създава психосоматична верига в мозъка, която е своеобразна програма. Затова трябва да се трансформира и начинът, по който човек се усеща и реагира – това е второто ниво. Третото ниво е свързано с действието и трябва да се създадат навици, които да подкрепят успеха. Промяната в тези три нива изисква много работа по личностната пренастройка. Но когато човек направи тази трансформация, освен че става по-добър професионалист и ръководител, той става и по-добър човек, уверява Елица Костова.



Иван Папазов, председател на Съвета на директорите на VP Brands International:

КОНТРОЛЪТ ТРЯБВА ДА Е ЕДНАКЪВ И ЗА МАЛКИТЕ, И ЗА ГОЛЕМИТЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ

автор: Ния Илиева

Г-н Папазов, имате ли данни какъв е делът на сивия бизнес в сектора на производството и търговията на вино и високоалкохолни напитки?

- Сектор високоалкохолни напитки и вино е акцизен, което го прави атрактивен за хора, които не искат да спазват законовите правила и регулациите. Статистиката на браншовите организации и официалните данни за внесения акциз ясно показват реалната картина. Специалистите са категорични: над 50% от производството, търговията и потреблението на вина и високоалкохолни напитки в България са в сивия, а бих казал дори в черния икономически сектор. Тези нелицензирани производители не просто укриват данъци или осигуровки, а продават продукти, близки по състав до битовата химия, които са вредни за здравето на хората.

- Какви загуби носи този сив сектор за бюджета и за коректните компании в бранша?

- Анализите на Министерството на земеделието и храните и на Националната лозаро-винарска камара сочат, че само половината от годишното количество произведено грозде се преработва от лицензираните производители. Останалите 50% от реколтата отиват за нелегалния сектор, което води до директни загуби в бюджета от невнесен акциз от над 200 млн. лв. годишно. Но това не е всичко. Към гроздето могат да се добавят и другите захаросъдържащи суровини, от които се прави нелегален алкохол – сливи, круши, дюли и т.н., които също имат голям дял в нелегалното производство. Най-малко още 100 млн. лв. са загубите от несъбрани ДДС, преки данъци и осигуровки. Така общата оценка сочи, че нелицензираните производители оцеляват бюджета с над 300 млн. лв. годишно.

От другата страна са сериозните компании в сектора, които са избрали да работят по правилата и да спазват всички регулации. Те годишно внасят в хазната над 200 млн. лв. Именно това са фирмите, които плащат данъци и осигуровки, дават работа на десетки хиляди хора и техните семейства, инвестират в производство и нови продукти, осигуряват пряка и косвена заетост. Нещо повече – за качеството на всяка произведена бутилка алкохол те гарантират с името си. Наличието на толкова голям нелегален сив сектор в крайна сметка намалява възможностите им за развитие, за реинвестиране и откриване на нови работни места. А от това губеща е държавата, губи бизнесът, губят и консуматорите.

- Опасно ли е съществуването на сивия сектор за потребителите – при положение, че не подлежи на контрол за качество и безопасност?

- Разбира се, че е опасно. Нелицензираните производители, които работят в сивия сектор на икономиката, печелят за сметка на здравето на потребителите. Те не спазват никакви технологични или производствени изисквания, не покриват елементарни хигиенни и санитарни условия, не следят за качеството на суровината и безопасността на производствения процес. Неслучайно европейското законодателство е насочено към проследяване на цялата верига – от суровината, през производството на продукта до крайния клиент. А при нелегалното производство у нас е невъзможно да се проследи нито един от етапите на производство, нито кой и къде го е произвел, нито при какви условия. Неконтролираните играчи в този сектор предлагат алкохол, който е с рисково качество и отнема човешки животи. На пазара под марката „домашно“ се продават в промишлени обеми коктейли от химически елементи, които нямат нищо общо с традициите за производство на домашен алкохол. Потребителите трябва да са наясно, че консумацията на подобни продукти с неясен произход крие огромни рискове. Както лекарите, така и технолозите, които се занимават с производство на алкохолни напитки, знаят, че ефектите върху човешкия организъм от некачествените напитки са често необратими. Всяка година черната хроника се допълва с нови случаи на пострадали от консумацията на нелегален алкохол, уж „домашен“. Но тези случаи не попадат в нито една здравна статистика.

- Какви мерки предприема досега държавата за ограничаване на този сектор и какви резултати дават те?

- В България сме свидетели на институционален и регулаторен парадокс. Алкохолът, произведен в СМОД, или така наречените селски казани, е продукт, за който законите в страната допускат големи количества да не подлежат на никакъв санитарен контрол – от производителя до крайния потребител. За високоалкохолните напитки изискванията са само за лицензираните производители и търговци – за тези, които плащат данъци, инвестират в нови производства, спазват всички норми. Но регулация, която да казва например на какви санитарни норми да отговаря един малък обект за дестилация на ракия например или кой отговаря за контрола и тяхното спазване, няма. Докато при големите производители работят висококвалифицира-



Иван Папазов е сред най-успешните мениджъри в България през последните 20 години. От 1998 г. е изпълнителен директор на „Винпром Пещера“, като в момента оглавява Съвета на директорите на VP Brands International (новото име на компанията). Под негово ръководство фирмата се превръща в лидер на българския пазар на вина и високоалкохолни напитки и се налага като предпочитан производител в над 40 сържави по целия свят. Г-н Папазов е носител на приза „Мистър Икономика“ за 2014 година.

ни специалисти, в СМОД работниците обикновено нямат никакъв ценз или подходящо образование. Така един изцяло неконтролиран продукт свободно стига до потребителя, без да отговаря на елементарни стандарти за безопасност.

Считам, че основната функция на правната държава е да създава и поддържа равни и справедливи условия за развитие на бизнеса – независимо от неговата големина или мащаби. Вярвам, че държавата трябва да е партньор на легалните компании, да следи за еднаквото прилагане на регулациите и законовите изисквания за участниците на пазара и съответно да налага навременен еднакъв контрол за всички. Само така борбата срещу сивата икономика ще дава реални резултати.

- Необходимо ли е да се предприемат допълнителни мерки и евентуални законови промени, които да „изсветлят“ сектора?

- Бизнесът няма нужда от постоянни законови промени, а от стабилна правова рамка, приложима за всички участници на пазара. Ако има промени, те трябва да бъдат в посока на опростяване на правилата и еднакво третиране на всички – малки, средни и големи.

- Как инициативи на бизнеса като кампанията на КРИБ „Бизнес на светло“ помагат за решаването на този проблем?

- Една от най-важните функции на кампанията на КРИБ „Бизнес на светло“ е да налага сред бизнеса, институциите, неправителствените организации и обществото нетърпимост към тези, които не спазват правилата и законите. Затова ценим високо усилията на КРИБ като най-голямата работодателска организация да дава трибуна на добрите примери как се прави бизнес. Смятам, че успехите трябва да се посочват и отличават. Те са доказателство, че в България може да се развива работещ бизнес, колкото и да е трудно.

⋮ **БИЗНЕСЪТ НЯМА НУЖДА ОТ ПОСТОЯННИ ЗАКОНОВИ**
⋮ **ПРОМЕНИ, А ОТ СТАБИЛНА ПРАВОВА РАМКА,**
⋮ **ПРИЛОЖИМА ЗА ВСИЧКИ УЧАСТНИЦИ НА ПАЗАРА**

Рагослав Гаўгарску:

СОФТУЕРЪТ СТАВА СЪЩЕСТВЕНА ЧАСТ ОТ ВСЕКИ БИЗНЕС

ДИГИТАЛНАТА РЕВОЛЮЦИЯ ПРИКЛЮЧИ И ЗА УЛЕСНЕНИЕ
НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ КОМПАНИИТЕ ТРЯБВА ДА СА
ДОСТЪПНИ ОТВСЯКЪДЕ, НА ВСЯКАКВИ УСТРОЙСТВА

Опитът на Urnetix в иновациите показва, че иновациите не са това, което хората си мислят, че са. Иновация не означава непременно да измислиш нещо ново. Много по-важно е да направиш нещо по възможно най-добрия начин. Например наш клиент е един от трите най-големи интернет доставчици в Индия. Броят на заявките и разплащанията, които те получават на минута, е умопомрачителен. И въпреки че съществуват немалко готови решения, че дори и безплатни, клиентът имаше огромен проблем в своята работа. Затова ние направихме специално система, която обхваща процесите по такъв начин, че да могат да обработят гигантско количество информация и заявки. От тяхната бизнес гледна точка това е иновация. Сега могат да растат по-бързо и да предлагат по-качествени услуги.

Занапред софтуерът ще бъде все по-съществена част от всеки бизнес. Това ще е доста труден процес и не всички ще успеят да се адаптират. Със сигурност е необходимо ново поколение мениджъри, които разбират, че софтуерът не е нещо скъпо, което се плаща веднъж и повече не се поддържа. В нашите телефони и компютри, в нашите коли, в асансьорите, абсолютно всичко в наши дни се управлява от софтуер и няма как бизнесът да не е част от този списък.

Бързата скорост на развитие ще бъде запазена. Вярвам в Закона на Мур (б. р. - още преди половин век американският физик и химик Гордън Мур предрече, че изчислителната мощ ще се удвоява всяка година). Бизнесът и дори самата софтуерна индустрия ще трябва да се съобрази с бързината, с която потребителите усвояват всички новости и технологии на пазара. Задава се изключително интересно време. В момента потенциалът е огромен, може би и

безкраен. Въпреки че сме в технологичния сектор, при нас нещата също бързо се променят и трябва да сме в крак. В недалечното настояще се очаква всички компании да съсредоточат своите усилия в ентърпрайс и облачни системи и решения, мобилни приложения и въобще дигитализация и автоматизация на почти всички техни процеси. И да осъзнаят, че няма начин да останат конкурентоспособни на пазара, ако не инвестират сега.

Интернет революцията, както и дигиталната революция са вече минало. В момента изискванията към бизнеса са той да бъде достъпен отвсякъде, на всякакви устройства с различни размери и максимално да улесни своите потребители - независимо дали това са клиенти или служители. Също така няма начин да си конкурентен на пазара, ако не предлагаш нещо, което хората приемат като иновация. За мен обаче думата е изтъркана и грешно интерпретирана. Като чуят „иновация“, хората мислят за нещо революционно. Идеята тук е по-проста – взимаш най-доброто от света на технологиите и на бизнеса, в който работиш, и го имплементираш по начина, който е най-подходящ за текущата нужда. Сборът от тези две неща води до „иновация“, която позволява на бизнеса да прави нещо, което досега не е правил, и да расте по нов начин. Често има нужда просто от въвеждането на правилните решения на правилното място. Например за един от нашите клиенти – Comas Medical, разработихме специален софтуер, който обхваща изключително тежка регулация в техния сектор. Преди това имаха назначени редица хора, които следяха да не бъде допусната човешка грешка.

Как ще се развиват технологиите, е въпрос към футуристите. Няма съмнение, че изкуственият интелект в



Радослав Гајдарски е изпълнителен директор на Urnetix, след като през април т.г. приключи реструктурирането на Impregia Mobile в акционерно дружество под новото име Urnetix. Интересът му към IT индустрията е от повече от 15 години. Започва да програмира още в гимназията, а след това завършва бакалавърска степен по бизнес администрация в Сиатъл и магистърска степен по управление на проекти. След завръщането си в България започва работа в IT сектора и от 5 години е на различни мениджърски позиции в компании, специализирани в софтуерен аутсорсинг.

комбинация с технологии и сензори някога ще е толкова добър, че ще промени изцяло това, което правят хората. Със сигурност софтуерът не съкращава работни места. Той оптимизира продуктивността на хората и те могат да направят повече неща по по-лесен начин. Не мисля, че в скоро време ще бъде елиминирана нуждата от човешка намеса. Вярвам, че ако един процес може да бъде извършен от софтуер или от машина, той трябва да се прави от софтуер или машина. А човешкият капитал да се ползва за нещо друго. Не толкова отдавна е имало хиляди хора, ангажирани в професии, които днес са почти изчезнали благодарение на индустриалната революция. Изобретяването на електрическата крушка е съкратило работните места за палещите улични фенери, но е открило милиони нови работни места. Ако погледнем в нашия сектор, Amazon

са известни със своята политика за автоматизация и роботизация на процесите. През 2008 г. са имали 25 000 служители, а днес - над 250 000. Бавните и трудоемки задачи, които се вършат от хора, са само пречка за бизнеса и бих казал, че именно те съкращават работни места, а не софтуерът.

Жизнеспособните идеи са тези, които успяват да пренасочат вече съществуващи финансови потоци към себе си. Ако една корпорация или човек вече плаща за даден продукт или услуга, а му ги предложиш с по-добро качество, имаш по-голям шанс. Много по-трудно е да вземеш пари оттам, където хората никога не са ги давали. Така преди години Apple направи голяма революция, когато започна да изкарва пари от неща, за които никой не е харчил преди

· АКО ЕДИН ПРОЦЕС МОЖЕ ДА БЪДЕ ИЗВЪРШЕН ОТ
· СОФТУЕР ИЛИ ОТ МАШИНА, ТОЙ ТРЯБВА ДА СЕ
· ПРАВИ ОТ СОФТУЕР ИЛИ МАШИНА, А ЧОВЕШКИЯТ
· КАПИТАЛ ДА СЕ ПОЛЗВА ЗА НЕЩО ДРУГО

това. Сега е много по-лесно да вземеш 1000-2000 лв. за смартфон от един потребител, защото той знае, че така или иначе ще си купи телефон. Задачата е да го убедиш, че твоят е правилният избор. Големият въпрос е как да обясниш на потребителя да плати за нещо, което той не знае, че съществува, а още повече - че му трябва.

Бизнесът трябва постоянно да прави иновации. Но бизнес, който е създаден върху основата на иновации, трябва бързо да намери своя стабилна земя. Не може да скачаш от иновация в иновация, без да си стъпил здраво.

Дигиталната трансформация премества възможностите на друго място. Както електронната търговия започва да измества традиционните магазини, така и повечето бизнеси ще се адаптират към дигиталната ера. За някои това би означавало дори да се преместят изцяло към мобайл – има

услуги, които напълно ще изпаднат дори от уеб пазара. Например диспечерският бизнес на таксиметровите компании няма да съществува до 5-10 години по никакъв друг начин освен през мобилни устройства.

Моята прогноза е, че поне до края на това десетилетие ключов ще е изкуственият интелект и по-конкретно машинното учене (machine learning). Много са начините да „иновираш“ - от изобретяване на нещо несъществуващо, до комбиниране на съществуващи технологии в нов иновативен продукт. През последните години обаче ясно се вижда, че да въведеш значима иновация става все по-скъпо и все повече се прави само от големите играчи. Ако погледнем два от най-емблематичните проекти в последните 3-4 години – Space X и Tesla, ще видим инвестиции от милиарди долари. И въпреки това тези проекти са далеч от възможността да се самоиздържат.



Офисът на Uprnetix е в Infinity Tower - една от топ бизнес сградите в София



1892

NAVIGATION
MARITIME
BULGARE

www.navbul.com

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

**НАДЕЖДЕН
ПАРТНЬОР**

B Ū L G A R I Y A
B U L G A R I A

**В МОРСКИЯ
ТРАНСПОРТ!**



Яник Мекушин:

АРОМАТЪТ Е ПРЕДВЕСТИК

ЛИДЕРИ 62



Яник Мекушин управлява „Балкам Груп“ ЕООД и е един от създателите на „Уинслоу груп“ АД с дейност в сферата на недвижимите имоти, селското стопанство и алтернативната енергетика. Той е изпълнителен директор на „Уинслоу Агро Фонд“ ЕАД - дружество за инвестиции и управление на селскостопански имоти. Също така е управител на „Алба Плюс“ ЕООД, занимаваща се с внос, дистрибуция и търговия със суровини за млечната индустрия, ръководи и „Лимекс Тойс“ ЕООД, фокусирана върху внос, дистрибуция и търговия с играчки. Образованието си е получил в Университета за науки и технологии в Шанхай, където е придобил магистърска степен по информатика.

ДНЕС БИЗНЕСЪТ Е СКОРОСТ - АКО ТИ НЕ СТИГНЕШ ПРЪВ ДО ЦЕЛТА, ДРУГ ЩЕ ГО НАПРАВИ

автор: **Татяна Явашева**

Лидер в бизнеса е този, който вдъхновява и превръща визията в действителност.

Днес бизнесът е скорост. Ако ти не стигнеш пръв до целта, друг ще го направи.

При мен успехът идва, когато съм толкова зает, че не ми остава време да го търся.

Постижението, което ми донесе голямо удовлетворение, е изграждането на мотивиран и уверен екип.

Моето „златно“ правило е да не се страхувам да казвам „Благодаря“.

Най-силният мотиватор е знанието, че винаги можеш направиш нещата още по-добри.

Моят бизнес инстинкт ми подсказва да продължавам да се вслушвам в него.

От работата с кафето научих, че ароматът е предвестник. Обърнете му специално внимание.

За мен най-хубаво е кафето, изпито в интересна и приятна компания.

Това, което не се разбира за земята, е, че ако не станем по-отговорни към нея, в един момент тя ще спре да диша.

Да си предприемач в няколко различни сфери е загубена кауза, ако не умееш да се доверяваш.

Ключов фактор за растежа на един бизнес е постоянното учене и стремежът към нови знания, които впослед-

ствие да реализираш на практика.

Промяната, която налага Четвъртата индустриална революция, е да развиваме повече креативността си. Това ще ни даде конкурентно предимство в един свят на автоматизирани процеси и изкуствен интелект.

Качеството ни на живот напред ще зависи от това, доколко устойчиви са решенията, които вземаме днес.

Доверявам се на хората около себе си, за да спечеля и тяхното доверие.

Инвестирам в идеите с бъдеще.

Ако бях продължил да работя като софтуерен специалист, нямаше да срещна уникалните хора, с които обичувам и работя в момента.

Събитието, което напоследък ми повлия силно: Случиха се много събития, които повлияха и ще продължат да влияят на всички ни – Brexit, терористичните атаки, Световният икономически форум, изборът на Доналд Тръмп за президент. Светът не е същият.

Максимата, която най-често цитирам, е мисъл на Питър Дракър, в която вярвам: „Когато видиш пред себе си успешен бизнес, това означава, че някога някой е взел смело решение“.

Добре прекарано време е онова, което е изпълнено със смисъл. Това може да е дори времето, което прекарвате със себе си.

Препоръчвам да четете книги. Те са богатство.

ФИРМЕН ПРОФИЛ

„Балкам Груп“ ЕООД е създадена през 1994 г. Основната дейност на компанията е международна търговия и внос на сурово кафе. Досега тя е успяла да заеме силни позиции на пазара и да се наложи с добро име сред своите клиенти. Днес „Балкам Груп“ е най-голямата компания на Балканите за изпичане, пакетиране и продажба на готово кафе. Тя гради репутация, основана на качество, професионализъм и иновации. Фабриката разполага с високотехнологично оборудване, тя има огромен капацитет и се придържа към строги стандарти на производство.

Юрий Глянецв:

НЕИЗПОЛЗВАНИЯТ ПОТЕНЦИАЛ ИМА СРОК НА ГОДНОСТ



Юрий Глянецв е мениджър „Финанси“ на „ЗАГОРКА“ АД от април 2015 г. Присъединява се към HEINEKEN Русия през 2003 г. като специалист в отдел „Планиране и финансов контрол“. През годините е натрупал опит във всички области на финансите: финансов контрол, счетоводство, репортинг и вътрешен контрол. През 2012 г. започва работа в Амстердам и в продължение на близо три години е мениджър „Проекти“ в „Глобални бизнес услуги“ за направлението „Споделени финансови услуги“.

ФИНАНСИСТЪТ ТРЯБВА ДА ПРИТЕЖАВА ЗДРАВ РАЗУМ И ПОЧТЕНОСТ

автор: **Татяна Явашева**

Най-голямото предизвикателство в моята работа е да се опитвам да не съм в постоянната си роля на финансист.

Да си финансов директор на компания, която произвежда бира, е много вълнуващо поради изключителната динамика на развитие и иновациите, които са част от нашия бизнес.

Стабилното управление на финансите води до устойчиво бизнес представяне и здравословни резултати.

Отговорността за финансовите резултати на едно дружество е споделена между всички бизнес функции.

Основният фокус в моята работа е върху стратегията на ЗАГОРКА, нейната имплементация и подкрепа, която се предоставя от екип „Финанси“.

Фактор, който влияе върху растежа, е качеството на екипа. Трябва да имаш мечта и да я реализираш.

Риск в работата на финансовия директор е да разчита единствено на финансови модели и електронни таблици.

Неизползваният потенциал има срок на годност.

Бизнес резултатите зависят най-вече от нивото на лидерство, собственост и предприемачество у хората.

Новите технологични решения бързо трансформират бизнеса.

Опитът ми на финансов мениджър ме научи, че за да бъдеш успешен в тази роля, трябва да разбираш бизнеса и хората.

Правилата, които като финансист спазвам: гледам на работата в компанията като на свой собствен бизнес. Много здравословен въпрос, който си задавам, е дали ще взема конкретно решение, ако това е моят собствен бизнес и това са собствените ми пари.

Ако зависи от мен, бих чел повече книги.

Ориентирах се към работа във финансовия сектор, тъй като си мислех, че ще е уважавана и добре платена професия.

Качествата, които всеки финансист трябва да притежава, са здрав разум и почтеност.

За мен парите са средство, а не цел.

Урокът, който няма да забравя: Ако искаш да промениш нещо – започни със себе си!

Когато финансистите се шегуват, малко е страшно, когато хората наоколо, но те бързо свикват.

ФИРМЕН ПРОФИЛ

Пивоварна ЗАГОРКА навлиза във втория век от дейността си, а вече над 20 години компанията е част от глобалното семейство на HEINEKEN. В този период е инвестирала над 133 млн. евро в модернизация на процесите и увеличаване на производствения капацитет. Днес пивоварната в Стара Загора е сред най-модерните и най-иновативните в Централна и Източна Европа, като същевременно успява да запази традициите и идентичността си. Портфолиото на ЗАГОРКА включва разнообразие от висококачествени продукти бира и сайдер: Zagorka, Heineken, Ариана, Amstel, Stolichno, Desperados, Kaiser, Starobrno, Strongbow и Крадецът на ябълки.

ГЛЕДАМ НА
РАБОТАТА В
КОМПАНИЯТА КАТО
НА СОБСТВЕН БИЗНЕС
И ЗДРАВΟΣЛОВНИЯТ
ВЪПРОС, КОЙТО СИ
ЗАДАВАМ, Е КАКВО
БИХ ПРЕДПРИЕЛ, АКО
ТОВА СА МОИ ПАРИ

**ХОРАТА ВИНАГИ ДАВАТ
СВОЯТА ОЦЕНКА ЗА
ПОСТРОЕНОТО, НО
НАЙ-СТРОГИЯТ СЪДНИК
ОСТАВА ВРЕМЕТО**



УСПЕХИТЕ

СТРОИТЕЛИ В СЪВРЕМЕННА БЪЛГАРИЯ

автор: **Татяна Явашева**

Строител – професия, занаят, майсторлък, умение, призвание или просто препитание... Много са измерителите за работата на строителите, но най-универсалната мярка е времето.

За всички е видимо това, което строителните компании в България правят. Но има едно име, превърнало се в легенда. Никола Фичев, по-известен като Колю Фичето, е именит възрожденски строител, архитект, каменоделец и дърворезбар, създал емблематични храмове, обществени и жилищни сгради, мостове и други в българските земи и крайдунавските области на Румъния. Признат от дюлгерския еснаф, а и от съвременниците си за уста (майстор), но не защото е бил добър в пазарлъка, а в майсторлъка. Използвал бастуна си като работш – с който да прави сметките в занаята. Държал на думата си: „Трябва да го сторим до уречения ден и за пазарените пари. Инак язък ни за майсторлъка, язък ни за калфалъка“. Срещу дадената дума Колю Фичето залагал главата си. Vinaги, преди някой строен от него мост да бъде пуснат, карал да минават по него с тежки каруци, а той стоял отдолу като гаранция, че качеството е без съмнение. Майсторът издига кулите кам-

банарии в Плаковския и в Преображенския манастир, мостовете в Севлиево и в родното Дряново, уникалния покрит мост в Ловеч, моста край град Бяла, търновския конак, в който заседава Учредителното събрание на новоосвободена България. Сред частните домове, които Колю Фичето строи, са ханът на Хаджи Николи в старата столица, Икономовата къща в Дряново - образец за градеж при максимална икономия на пространство, Къщата с маймунката в Търново. През годините доброто име и добрата работа на уста Колю Фичето са професионален, но и морален еталон.

Хората винаги дават своята оценка за строителните градежи, но най-строгийт съдник е времето. Построеното остава или се разрушава. Факт е, че всяка криза се стоварва най-напред върху строителството, но и възходът на икономиката се познава по подема в строителството. Като гледаме построеното, понякога ни се иска да грабнем бастуна на майстора, но друг път не можем да скрием своята възхита.

Предлагаме три гледни точки към строителството в съвременна България.

Инж. Николай **Станков**, председател
на Камарата на строителите в България:

Задава се времето на публично-частното партньорство

КРИТЕРИЯТ „НАЙ-НИСКА ЦЕНА“ ПРИ ОБЩЕСТВЕНИТЕ ПОРЪЧКИ ТРЯБВА ДА ОТПАДНЕ, ТЪЙ КАТО ВОДИ ДО ЛОШО КАЧЕСТВО И ДЕКАПИТАЛИЗАЦИЯ НА ФИРМИТЕ



Инж. Станков, как се стига до върха на Камарата на строителите в България (КСБ)?

- Трудно. Аз извървах пътя от Областния съвет на софийската структура на КСБ, където бях приет за член преди 18 години. Станах зам.-председател, а после два мандата бях председател на тази структура. В единия мандат бях и зам.-председател на КСБ. Бил съм и зам.-председател на Комисията за воденето, поддържането и ползването на Централния професионален регистър на строителя, където отговарях за високото строителство. В развитието си минах през всички нива и вече добре познавам проблемите на бранша. Дълъг път в изграждането си извървя и Камарата.

- Наскоро бяхте избран и за член на УС на КРИБ. Защо за вас е важно участието в работодателските организации?

- КРИБ е авторитетна работодателска организация, обединяваща българския бизнес. В нея участвам като председател на най-голямата браншова организация, която е неин член. Сътрудничим си по много въпроси и постигаме резултати.

- Като председател на КСБ каква мисия поехте?

- Камарата има ясно дефинирана цел да защитава правата и интересите на своите членове и да работи за подобряване на бизнес климата в строителството. Акцент в моята работа е отпадането на критерия „Най-ниска цена“ при обществените поръчки. Той води до декапитализация на фирмите, понижаване на тяхната конкурентоспособност, изтичане на кадри от нашия бранш и от страната и влошаване качеството на строителния продукт. Всичко това има негативен социален и икономически ефект. Никои не пече-

ли от използването на този критерий и е крайно време да въведем нови правила.

- Върху какво друго ще се фокусирате?

- За нас е важно програмата за саниране да продължи. На фона на трудностите, които секторът изпитва, тя е светъл лъч за бизнеса и същевременно има голям социален ефект. Отношенията „главен изпълнител - подизпълнител“ трябва да се регулират в съответствие и с добрите европейски практики. Ако главният изпълнител не плати в определения срок, подизпълнителят да има право да си търси парите директно от възложителя. Регулирането на междуфирмените отношения също е важно. Препоръчваме на нашите членове да използват Арбитражния съд при КРИБ за по-бързо разрешаване на търговски спорове. Друг акцент в работата ми ще е антидъмпинговата политика, тъй като дъмпингът дава същите резултати както критерия „Най-ниска цена“. Ще продължим работата си по усъвършенстване на нормативната уредба в строителството.

- В какво състояние е строителният сектор в момента?

- Чувства се напрежение, тъй като няма достатъчно работа. Влязохме трудно в новия програмен период, а той вече се преполовява. Добрата новина е, че пазарът на недвижимите имоти се раздвижи, започнаха много нови проекти в сферата на сградното строителство. Но на фона на целия строителен сектор това е малък дял. В голямата си част проектите, изпълнявани от бранша, получават финансиране през кохезионната политика на ЕС.

- В такъв случай трябва да имате виждането какво

ще прави секторът след 2020-а...

- Мислим по тези въпроси и посоката е към привличане на частни инвестиции. Във връзка с това друг мой приоритет е намаляването на административната тежест в България, което ще стимулира привличането им. Изследванията, направени по поръчка на КСБ, показват, че у нас има огромна административна тежест по отношение на инвестиционния процес в строителството. В сравнение с другите страни от ЕС ние сме на едно от първите места. Това пречи на инвестиционната активност, тъй като частният капитал избира дестинации, където няма да среща подобни трудности. Ето защо работим за цялостно подобряване на бизнес средата.

- Кои ще са възможните инструменти за финансиране след края на този програмен период?

- Един от тях е публично-частното партньорство, който работи в много от най-развитите страни по света. Тук този модел забуксува, но съвместно с КРИБ трябва да се погрижим за създаването на предпоставки за подходяща нормативна база. Убеден съм, че няма да минем без този инструмент. Необходимо е да проучим добрите практики и внимателно да ги приложим в България. В разговор президентът на Европейската федерация на строителната индустрия Жан-Луи Маршан каза: „Публичният капитал навсякъде по света е недостатъчен, особено в Европа. Същевременно има много частен капитал, който не се използва ефективно. И ако успеем да го привлечем в бранша, нещата ще изглеждат по-различно.“ Именно това би дало шанс на бизнеса след 2020 г.

- Частният капитал търси сигурност, как тя ще се гарантира?

- Прави се PEST анализ и се изследва влиянието на икономическите, политическите, социалните и технологичните фактори. Добрите условия включват политическа стабилност в страната, ръст на икономиката, демографският елемент също е важен. Освен това трябва да се подобрят условията на труд и заплащане. Технологичният трансфер на ноу-хау и внедряването на иновации също са от решаващите фактори.

- Нашият пазар е малък и някои от компаниите от строителния сектор вече са на външните пазари. Това ли е спасението?

- Не бих казал спасението, но то е елемент от развитието на строителния сектор в страната. Много български фирми имат позиции навън и са доказали своята конкурентоспособност. Имаме компании, които работят на най-високо европейско ниво. За да използват ефективно своите ресурси, част от представителите на строителния бранш трябва да търсят възможности и в чужбина. Перспективни пазари за нашите фирми са тези, на които български компании са присъствали в близкото минало – Северна Африка, а също и южната част на този континент, Близкият изток, Русия, бившите съветски републики.

- Кой според вас са някои от факторите за успех?

- Колкото и тривиално да звучи - много труд, характер и лични качества. Нужно е позитивно мислене с поглед напред.



Инж. Ангон **Тушев**, изпълнителен директор на ТАЛ Инженеринг:

Нашата сила е в „невъзможните“ проекти

ИМАМЕ УЧАСТИЕ В
СТРОИТЕЛСТВОТО
НА ПОЧТИ ВСИЧКИ
ЗНАКОВИ СГРАДИ В
СОФИЯ И ГОЛЕМИТЕ
ГРАДОВЕ, НО
ТЪРСИМ И НОВИ
ВЪЗМОЖНОСТИ



Инж. Тушев, мото в работата на ТАЛ Инженеринг е „Обещание, което можем да спазим“. Какво е важно при поемането на обещания?

- Изпълняваме поетите обещания - това за ТАЛ Инженеринг е водещ принцип. В нашия сектор резултатите са видими за всички. Спазването на договореностите е знак на уважение както към нас самите, така и към нашите партньори. Доказателство за успеха на тази формула са дългогодишните партньорства с наши клиенти, както и препоръките и поканите, които постоянно получаваме за нови проекти. Ние вярваме, че клиентите може да имат всичко, което поискат, и да го постигнат по най-ефективен начин. В портфолиото ни са както сгради, подчинени на смели архитектурни решения, така и наглед икономични варианти, при които е водеща ефективността.

- Как взаимодействате с клиентите и партньорите така, че от първата до последната стъпка да сте заедно?

- За мен клиентите са партньори, с които започваме работа заедно още когато проектите са само идея върху лист хартия. Нашите услуги покриват цялостния процес от консултации и планиране, техническо проучване и разработка, дизайн и инженерингови дейности, управление на проекта, производство на алуминиеви и стоманени системи и фасадни конструкции и облицовки, доставка и монтаж, тестове и следпродажбено обслужване. Винаги се съобразяваме със специфичните изисквания на бъдещите обитатели на сградата и се стараем да отговорим на доверието на инвеститорите. Клиентите ни разчитат на нашата експертиза и правилна преценка и качеството е нещо, на което много държи, за да няма проблеми с инсталираните от нас фасадни решения. Постоянно инвестираме в нови машини

и оборудване, за да може нивото на продукцията да е на ниво. След приключването на един обект осигуряваме поддръжка и сервиз без аналог на българския пазар.

- Основали сте ТАЛ Инженеринг през 1998 г. Как намерихте верния път към бърз растеж на българския пазар и експанзия в чужбина?

- Лидерството на българския пазар не е достатъчно за нас и през последните осем години ТАЛ Инженеринг изгради авторитет на предпочитан доставчик при реализацията на проекти в Германия, Австрия, Великобритания, Франция, Белгия. Работим в съответствие със стандартите на ЕС и с международните изисквания. Вече правим износ и за САЩ, Карибите и Близкия изток. От изключителна важност за мен като мениджър е удовлетвореността на хората, с които работя. И затова тези, с които стартирах дейността на ТАЛ Инженеринг, все още са в компанията. Ние сме отворени към иновациите и не се притесняваме от проекти, които са технически иновативни за България и които другите фирми определят като невъзможни за изпълнение. Това е и най-голямото предизвикателство за нас.

- Кои са ключовите моменти, които спомагат за разрастването на една компания?

- Хората са основният капитал на всеки бизнес. Насърчавам непрекъснато усъвършенстване и затова все повече инвестираме в обучение на кадрите си. Преди година стартирахме проект за създаване на вътрешен образователен център, който да спомага за усвояване на нови знания и умения от служителите. Залагаме на инвестициите в иновативни решения и технологии и в обновяването на машинния парк, за да поддържаме качество и бързина на производството.



*ТАЛ Инженеринг
наскоро завърши новата
корпоративна сграда на
„Биовет“ АД в Пещера*

ди в големите градове на страната. Очаквам инвеститорите да стават все по-смели и да се реализират атрактивни проекти - най-вече при офис площите. България все още не е реализирала докрай своя потенциал за привличане на големите чуждестранни инвеститори.

- Кои според вас са факторите, които благоприятстват успеха?

- Неуморната и целенасочена работа е водещ фактор за успех. Тя трябва да се съчетава с добро познаване на бизнес средата, проучване на възможностите и прогнозиране на бъдещите тенденции. В бизнес като нашия има и чисто обективни обстоятелства, обусловени от макроикономическата среда. До голяма степен сме зависими и от стабилността в държавата. Ясните правила, валидни за всички, и минималната намеса на държавата са много важни, за да може бизнесът да се развива успешно. В последните няколко години активно участвам в УС на КСБ, а от тази година съм част от УС на КРИБ. Нашият сектор е длъжник на обществото, пред нас предстоят серия от предизвикателства, които трябва да посрещнем както колективно, така и с повече индивидуална отговорност.

- Какъв е животът ви извън бизнеса?

- За мен семейството е абсолютен приоритет. Моите три деца са реалният ми житейски проект. Опитвам се да ги възпитавам в традиционните семейни ценности, да ги науча да се трудят за всеки свой

- Какви ниши за бизнес виждате в строителството по света и у нас?

- Имаме участие в изграждането на почти всички знакови сгради в София и големите градове, но не се отказваме да търсим нови възможности. Прогнозата ми е, че все повече ще се строят сгради от висок клас, като цената няма да е водещ фактор. Енергийно ефективното строителство и зелените технологии все повече ще навлизат като тренд. Ще се засили изграждането на бизнес и индустриални сгра-

успех. Обръщам внимание и на своите хобита. Страстен почитател съм на голфа, състезателна натура съм. Смятам, че в живота си един мъж трябва да направи нещо, което да го надживее. Затова с най-близките ми приятели създадохме винарска изба Four friends. Всичко започна като начинание, вдъхновено от желанието на четирима приятели да оставят следа в бизнеса. С времето се оказа, че това може да се превърне в печелившо начинание. Нищо не е просто бизнес. Да, всичко е лично.

Христо **Савев**, мениджър на „Агромах“:

Балканите са врата към експанзията ни навън

ИНВЕСТИРАМЕ МИЛИОНИ В НОВО
ОБОРУДВАНЕ И ТЕХНОЛОГИИ,
ЗАТОВА РАЗПОЛАГАМЕ С МАШИНИ
ПОСЛЕДНО ПОКОЛЕНИЕ ЗА
АСФАЛТОПОЛАГАНЕ И РЕЦИКЛИРАНЕ
НА ПЪТНИ НАСТИЛКИ



Г-н Савев, казвате, че „Агромах“ е най-търсена, когато е трудно. Как спечелихте тази слава и това доверие?

- С много работа и коректност към поетите ангажименти. „Агромах“ е компания с над 20-годишна история и пътят през това време никога не е бил лесен за нас. Участието ни в големи инфраструктурни обекти започна още през 1999 г., когато бяхме главен подизпълнител на италианската фирма TODINI Costruzioni Generali при рехабилитацията на главен път Е 79, в участъка Дупница-Кулата. Оттогава до днес сме изпълнили стотици проекти, построили сме стотици километри пътища и всеки един от тях си струва усилията.

- Кои са някои от най-знаковите ви най-трудни обекти?

- Сигурно дълго време ще бъдем помнени и посочвани като компанията, която „спаси“ Лот 4 на магистрала „Струма“ от Сандански до Кулата. Строителството трябваше да приключи през август 2015 г., а спечелилата фирма забави сериозно процеса. България рискуваше да загуби европейското финансиране не само за тази отсечка, но и за Лот 2 до Благоевград, а ставаше дума за стотици милиони лева. Поехме ангажимент само за 5 месеца на практика да изградим трасето и да завършим отсечката и се справихме. Но зад това стои буквално денонощната работа на над 4000 човека и стотици машини. И тук трудността не идваше от типа обект, а от неговото значение, залога за страната ни и краткия срок. 2017 е годината, в която започваме строителството на Лот 3.1 на „Струма“, който ще свърже Благоевград до Крупник с магистрално трасе, така че в следващите 3 години това е националният ни акцент в работата.

- В какво е силата на „Агромах“? Как се справяте с конкуренцията?

- „Агромах“ е строителна компания, която инвестира ежегодно милиони в ново оборудване и технологии, в обучение на екипа. Това ни прави конкурентни, а за някои процеси сме сред пионерите в бранша - с машини последно поколение за асфалтополагане и рециклиране на пътни настилки например.

- Може ли на българския пазар фирма от този сектор да се развива без участие в големите обществени

поръчки?

- Навсякъде в Европа големите строителни компании работят по сериозни инфраструктурни обекти, които или са финансирани от националните бюджети и средства от ЕС, или са поне обект на публично-частно партньорство. В това няма нищо особено, логично е. Пътищата и магистралите са национални обекти и изискват сериозен технически ресурс и капацитет, за да бъдат изпълнени тези проекти. Разбира се, когато говорим за високо строителство, тогава големите инвеститори са частни компании, така че зависи коя фирма в кой сектор е специализирана.

- Вече се ориентирате към излаз на външни пазари. Как ще направите пробив?

- Нормално е компания от нашия мащаб да обърне поглед и навън. Започваме от региона на Балканите, защото това е логично продължение на работата ни тук. Предстоят проекти в Сърбия, в Македония, към които имаме интерес и дори вече участваме в някои търгове. Експертизата от опита ни в България е солидна основа.

- Кой има шанс да стане име в този труден бизнес и да се задържи трайно в него?

- Мисля, че формулата е една и е валидна за всеки бизнес – да си свършиш работата както трябва. Организацията на строителния процес е от изключително значение за оптималното изпълнение на даден проект, затова инвестираме в екипа си с перманентни обучения.

- Как стигнахте до успеха и как поддържате темпото в този „маратон“?

- Трудно. Ако някой каже, че лесно се става успешен в нашия бизнес, значи ви спестява истината. Всяка година работим по десетки малки и по-големи обекти, което е сериозна логистика, огромен ресурс и изисква голям капацитет. Но отговорността е не само към това да поддържаме темпото. „Агромах“ осигурява работа на няколко хиляди човека и отговорността ни към тях е в основата.

ИНДУСТРИЯ, КОЯТО ПРЕВРЪЩА БЪДЕЩЕТО В НАСТОЯЩЕ

ЗА ИКТ БРАНША ПОСТОЯННАТА
ПРОМЯНА НА ТЕХНОЛОГИИТЕ
ВЕЧЕ Е КОНСТАНТА, А ТОВА
ИЗИСКВА НОВО КАЧЕСТВО НА
ОБРАЗОВАНИЕТО

автор: **Тони Григорова**

Технологиите се развиват твърде динамично, сменят се концепции, светът става дигитален, „умен“ и свързан. И добрата новина е, че ИКТ секторът в България е в крак с промените, той се развива динамично и се характеризира със зрялост и растеж.

Създава най-висока добавена стойност, експортно ориентиран е и е генератор на работни места, които изискват висока квалификация. Както по всичко личи, и през тази година секторът ще допринесе за увеличаване на БВП на страната. Константната част в ИКТ сектора е постоянната промяна на технологиите, а това изисква ново качество на образованието.

Езикът на числата

Растежът на повечето компании продължава, като постепенно се повишава и броят на заетите. Няма точ-

ни данни, това стана ясно на Шестата годишна кръгла маса Bulgarian ICT Watch, която се проведе през април. Според председателя на УС на БАСКОМ Стамен Кочков само софтуерният сектор генерира приходи над 2 млрд. лв., а заедно с оборота на аутсорсинг фирмите и телекомуникационния бранш делът на ИКТ индустрията надхвърля 5% от БВП на страната. Според други данни в ИТ фирмите работят около 20 хил. души (2,25% БВП при около 0,8% от заетите в страната), а над 40 хил. са заетите в аутсорсинг сектора – те формират 3,41% БВП при малко над 1,7% от всички работещи. На експорта се дължат над 75% от приходите.

Платените данъци и осигуровки се изчисляват на над 300 млн. лв. от софтуерната индустрия и близо 200 млн. лв. от аутсорсинг компаниите. Този бизнес дава възможност хората, които работят в него, да имат висок стандарт на живот, съпоставим с този в държави като



Германия, Великобритания и САЩ.

Дигитален хъб

„Данните за развитието на българската икономика през последното десетилетие показват ясно, че тя следва световната тенденция на дигитализация на бизнес отношенията. ИКТ компаниите генерират над 4,5% от БВП, а над 70% от наетите в сектора са на възраст под 40 години, като възнагражденията при лицата на възраст до 29 години са два пъти по-високи от средните за страната“, твърди служебният министър на икономиката Теодор Седларски. Той усилено лансира идеята за превръщането на България в дигитален хъб на Балканите, като даде тази заявка и по време на конференцията „Цифров ден на Европа“ в Рим. Според него България е изключително разпознаваема ИТ дестинация в чужбина, която със своите традиции и успехи в сектора се е наложила като предпочитано място за стартър общност-

РАЗВИТИЕТО НА ИКТ В БЪЛГАРИЯ

Силни страни

+ Компаниите стават все по-зрели и имат присъствие на глобалния пазар. Те получават и различни световни отличия. Имаме глобална конкурентност и пазарът потвърждава това

Слаби страни

- Потенциалът, който се създава, не среща подкрепа, така че в дългосрочен план да продължи да се развива и да носи конкурентоспособност на цялата индустрия. Образователната система работи неефективно и не осигурява нужните кадри с необходимото качество



та и глобалната екосистема. Министър Седларски също така смята, че е необходима цялостна модернизация и трансформация на икономиката и обществения сектор чрез средствата на ИКТ. Затова под негово ръководство в Министерството на икономиката бе разработена и приета Концепция за цифрова трансформация на българската индустрия. Целта на документа е да създаде рамка, в която българската икономика да се развива с динамиката на Индустрия 4.0. Би било добре да има приемственост и следващият министър на икономиката да продължи започнатото.

Среда

Предвидимата бизнес среда и благоприятната данъчна система играят съществена роля в позитивното развитие на бранша. ИТ секторът има самочувствието, че плаща непропорционално големи данъци и осигуровки спрямо броя заети – причината е във високите заплати, двуцифрената норма на печалба и факта, че компаниите работят изцяло на светло. Всъщност държавата не се дистанцира от развитието му, а оказва подкрепа. „Плащането на осигуровките на наети в ИТ сектора лица е една от най-използваните насърчителни мерки, като за 2016 г. размерът на този тип държавна помощ е около 1,5 млн. лв. Това може би не е достатъчно, но насърчаваме такива проекти с приоритети клас Б или А. За периода 2015-2017 г. са финансирани общо 20 проекта с над 60 млн. лв., осигурили приблизително 4000 нови работни места“, твърди Стамен Янев, изпълнителен директор на Българска агенция за инвестиции. Според него пред ИКТ сектора у нас се отварят по-големи хоризонти, особено при стремежа на държавата да привлече инвеститори в автомобилната индустрия: „Към 2030 г. поне 50% от стойността на автомобилите ще са високи технологии“.

Пречки

Недостигът на квалифицирани кадри за всички нас е основен проблем през последните 10 години, комен-

тира Стамен Кочков. Това според представителите на сектора е спирачка за развитие на цялата индустрия, тъй като именно недостигът на квалифицирани специалисти поставя лимит в растежа, а и е спирачка за установяването на нови инвеститори. Една от краткосрочните мерки е т. нар. „синя карта“, но след първите стъпки за премахване на ИТ професиите от списъка за специална проверка, нещата са забуксували и процесът по наемане на кадри от страни извън ЕС все още отнема 3-4 месеца. Освен това установяването на тези хора у нас е тежък процес за техните семейства, които идват без здравна осигуровка. В това отношение България не е привлекателно място за привличане на мозъци. Фирмите търсят средно управленско ниво кадри и много ИТ фирми блокират заради липсата на такива мениджъри.

Накъде

Дигиталният и физическият свят ще продължат да се сливат, а това ще води до появата на нови бизнес модели. Виртуалната реалност и допълнената реалност (augmented reality) ще променят комуникацията. Роботи, дронево и автономни превозни средства ще навлизат все по-масово. Наличните IoT (Internet of things) устройства ще се усъвършенстват и още по-добре ще служат на дома, офиса, производството, както и за други цели. Технологиите ще се развиват изпреварващо, а законовата и регулаторната рамка с по-бавна стъпка ще ги догонва. Масово ще навлизат интелигентните приложения и корпоративните интелигентни системи, които ще дават възможност за стратегическо планиране и надеждно бизнес управление, като изкуственият интелект ще влиза във все повече устройства. Цифровата трансформация продължава и никой не бива да си прави илюзии, че може да остане в паралелната реалност на старите технологии.

ИКТ бизнесът си дава сметка, че само със съдействието на държавата може да повдигне нагоре „тавана“, който вече ограничава разрастването му.

Стоян **Боев**, зам.-председател на УС на БАИТ и управител на „Интерконсулт България“:

Да развием своите конкурентни предимства

Технологичният напредък е основен двигател за изграждане на конкурентоспособна и динамична икономика. В съвременните условия пътят от създаването на нов бизнес до налагането му на пазара е все по-кратък. Досега въвеждането на една иновация е отнемало достатъчно дълго време, за да позволи конкурентни фирми да я внедрят преди налагащата я фирма да извоюва голямо конкурентно предимство. Съвременното развитие на иновациите променя механизмите на бизнеса. Появява се нов пазарен феномен – потребителската стойност на бизнеса започва да зависи пряко от броя на потребителите на този бизнес. Пример за това е Facebook, който трудно може да бъде конкуриран от нови подобни продукти, притежаващи същата или дори по-добра функционалност. Иновациите предопределят успеха на всяка фирма.

На фона на тези динамично развиващи се процеси много от съществуващите знания се обезценяват. Още през следващите десетина години някои от съществуващите професии ще изчезнат и ще се появят нови. Това развитие изисква цялостен комплексен подход, който съдържа три важни елемента – качествено образование, управление на таланта и благоприятна икономическа среда.

В икономиката на знанието специалистите имат все по-голямо значение за успеха на даден бизнес, те са най-големият капитал за развитието на страната. Недостигът на висококвалифицирани кадри се усеща в много от възловите отрасли и специално в ИТ индустрията. Причините се коренят в демографските процеси, в напускането на страната на голям брой специалисти, както и недобрата информираност на младите относно възможностите, които предлага индустрията. Необходима е държавна политика за ранното откриване на талантите, тяхното развитие в специализирани училища и на създаване условия за професионалната им реализация в България.

Държавната образователна система е инертна, но тя трябва да отговори на промените и да бъде преустроена към създаването на нов тип знания и умения. Подготовката на повече добре подготвени преподаватели е бавен процес. Единственият начин да повишим качеството на обра-



зованието е дигитализацията на образователния процес чрез активно използване на дигитално съдържание и специализирани курсове, отговарящи на новите потребности на бизнеса.

Недостигът на специалисти се запълва от редица частни форми на ИТ обучение. Те обучават и преквалифицират кадри за ИТ индустрията, дават полезни конкретни знания и практически умения за работа.

Важен процес в икономиката на знанията е не само създаването на таланти, а и тяхното задържане в страната. Трите елемента на иновационната среда – добро образование, управление на таланта и благоприятни икономически условия - са обвързани и трябва да работят заедно. Тяжното подпомагане трябва да е обект на държавна политика. Във водещи в технологично отношение страни военната индустрия съществено допринася за развитието на иновациите. Важен е въпросът доколко в България това е възможно, а решението може да се намери чрез подходящи политики и ясна стратегия.

- НУЖЕН Е КОМПЛЕКСЕН ПОДХОД С ТРИ ВАЖНИ
- ЕЛЕМЕНТА - КАЧЕСТВЕНО ОБРАЗОВАНИЕ, УПРАВЛЕНИЕ
- НА ТАЛАНТА И БЛАГОПРИЯТНА ИКОНОМИЧЕСКА СРЕДА



СОФИЯ ТЕХ ПАРК АДРЕСЪТ ЗА ИНОВАЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ

автор: Тони Григорова

Доскоро с нескрита завист говорехме за технологичните паркове по света, но вече и България успешно развива своя първи проект. „София Тех Парк“ АД е изцяло държавно дружество, фокусирано върху иновациите, новите технологии и науката. Основният стремеж е да се създаде физическа и виртуална среда, в която се дава подкрепа на идеи с широка приложимост и те намират практическа реализация. Паркът привлича компании в сферата на информационните и комуникационните технологии, науките за живота (биотехнологии, фармация, химия и храни) и зелената енергия. Още от зората на неговия замисъл обаче проектът среща съпротива, но той уверено продължава да осъществява своята мисия. Амбицията е да се превърне в престижна локация за изследователи и иновативни компании, давайки пример за икономика на знанието в България и региона на Балканите. Голямата цел е всички тези усилия да доведат до засилване на конкурентоспособността на науката и предприемачеството чрез подобряване обмена на знания меж-

ду академичните среди и бизнеса.

Средище за растеж

Инкубаторът вече има над 85% заетост, а интерес от страна на компаниите има и към останалите малко свободни офис площи. Целта е в него стартиращите иновативни компании да получат своето развитие. Фирмите, които отговарят на изискванията, за срок до три години ползват преференциални условия в Инкубатора. Те получават отстъпки в наема, но имат и безплатен достъп до правни, счетоводни, маркетингови, административни и рекламни услуги, които подпомагат техния растеж. Също така имат гарантиран достъп до научните звена в Лабораторния комплекс. Получават съдействие при кандидатстване за финансиране по програми от различни институции и организации. Същевременно част от офис площите в Инкубатора са за зрели компании, от които стартъпите могат да получат знания, опит и съдействие. Тук са фондове, инвестиращи в млади фирми, на тази територия са и предприемачески



ТУК БИЗНЕСЪТ И НАУКАТА ИМАТ ВЪЗМОЖНОСТ ЗАЕДНО ДА ПРАВЯТ ЕКСПЕРИМЕНТИ И ИЗСЛЕДВАНИЯ И ДА СЪЗДАВАТ НОВИ ПРОДУКТИ

организации, които помагат за развитието на иновационната екосистема в България. Сред тях са Microsoft Innovation Center, акселераторът Eleven, мрежата за чисти технологии Cleantech, Junior Achievement България, мрежата за рискови инвеститори Tech Tour. Инкубаторът предоставя оборудвани офис пространства, конферентни зали за споделено ползване, складови помещения, зони за отдих и спорт. Според условията, договорени с Европейския съюз, управата на парка ще осигури оператор, който да създава благоприятни условия за работа в Инкубатора. Това ще е външна компания, която ще бъде избрана с обществена поръчка.

Знанието е сила

Лабораторният комплекс, в който влизат 11 лаборатории, увеличава своята натовареност. Той се управлява от независимо сдружение, учредено специално за тази цел.

Негови членове са водещи академични институции като СУ „Св. Климент Охридски“, Техническият и Медицинският университет в София. В него работят водещи учени от различни области. Така например една от лабораториите се занимава с иновации в жп транспорта. Тя е четвъртата в Европа, сертифицирана за тестване на бордови компютри и други устройства, свързани с безопасността на жп транспорта. Лабораторията по 3D прототипиране разполага с 3D принтер за метал, който работи както с наслагване, така и с отнемане на материал. Прецизността на изработката е изключително висока. Има и установка за тестване на прототипите. Само апаратурата в лабораториите е за над 18 млн. лв. Тя не дублира съществуващата техника в БАН и университетите, а я надгражда. Струва си бизнесът да потърси взаимодействие с този Лабораторен комплекс, тъй като такъв клас апаратура другаде в България все още няма. Техниката е уникална, а и специалистите са на най-високо ниво. Лабораторният комплекс е отворен и за чуждестранни компании извън страната. Предстоят маркетингови кампании, които да популяризират зад граница възможностите на тази забележителна инфраструктура, както и експертната на учените, които работят на това място, разказват експертите на „София Тех Парк“.

Обмен на идеи

Иновационният форум „Джон Атанасов“ е домакин на все повече събития, сред тях са и значими международни прояви, които спомагат за диалога между научната общност и бизнеса, улесняват обмена на идеи и трансфера на високотехнологични знания и иновации. Той отвори врати през януари 2016-а и през миналата година в него са организирани 60 големи събития с над 20 000 участници, като продължава да расте интересът към възможностите, които той предлага.



Иновационният форум „Джон Атанасов“ е място за провеждането на срещи и събития



Експериментариумът също засилва своята активност – вече се планира организирането на събития, фестивали, изложения, които са с различна продължителност. Предвидено е пространство за музеев център на иновации и високи технологии. В Експериментариума ще бъдат обособени и обслужващи звена, като информационно бюро за иновативни технологии, книжарница, детски работилници, лаборатории и други.

Амбиции

„София Тех Парк“ е уникално място не само за България, но и за региона. Той се развива и няма съмнение, че има потенциал да изпълни целите, за които е създаден. Практиката е подобни научно-технологични паркове да

достигат пълния си капацитет за 6 до 10 години, а нашата динамика е по-голяма“, уверяват от екипа на „София Тех Парк“.

В България науката отдавна гради традиции и има своите постижения. Връзката ѝ с бизнеса обаче е слаба, но научно-технологичният парк ще свърже тези две системи. „София Тех Парк“ е член на Световната асоциация на технологичните паркове, следва и примера на вече утвърдени технопаркове в Европа. Участва активно в различните инициативи, търси възможности за добри партньорства, чрез които развитието да се ускори и бул. „Цариградско шосе“ 111 Б в София да стане добре познатият адрес на иновациите и технологиите.

Лабораторният комплекс

Това е един от основните елементи на научно-технологичния парк. Той е готов да приема поръчки и да си партнира с компании и организации, които работят в България или в чужбина.

✓ Биофармацевтичен лабораторен комплекс „БиоФарма“ с три обособени лаборатории:

- ✓ „In Vitro“ лаборатория за оценка на биологична активност и токсичност
- ✓ Лаборатория „Разработване и охарактеризиране на фармацевтични форми и In Silico дизайн“.
- ✓ Лаборатория за екстракции на природни продукти и синтез на биоактивни съединения
- ✓ Лаборатория по биоинформатика „БиоИнфоТех“
- ✓ Лаборатория за 3D креативност и бързо прототиране на нови продукти



- ✓ Лаборатория по виртуална и разширена реалност
- ✓ Лаборатория „Интелигентни комуникационни инфраструктури“
- ✓ Лаборатория „Изкуствен интелект и CAD системи“
- ✓ Микро Нано Лаб (МИНОЛаб)
- ✓ Лаборатория по киберсигурност
- ✓ Лаборатория за високопроизводителни изчисления

Стартъпи в Инкубатора

Расте броят на иновативните компании, които се установяват тук. И те вече са 30, от които 25 стартиращи. Избрали са „София Тех Парк“ заради подкрепата и силния импулс за растеж, който получават в това технологично средище. Ето някои от тях:



Майндскейп ООД - специализирана в създаване и внедряване на иновации в областта на сигурността и транспорта, създаване на специализиран софтуер за контрол на достъп в публични пространства.

Плейграунд Енерджи ЕООД - изработва части за детски люлки, които при движението на децата превръщат кинетичната енергия в светлинни и звукови сигнали.

Кокофарм ООД – предлага софтуерни иновации за животновъдството.

3 ЕН 3 ООД - произвежда иновативни бои за стени, на които може да се пише и рисува.

Интеликс инженеринг ООД - автоматизация на разволя на специфични аутомотив потребителски интерфейси.

А4Е ООД - предлага достъпни аналитични решения за малки и средни предприятия.

Уелдринкс ООД - разработва и предлага на пазара нови функционални води.

Профай ООД - разработва маркетинг платформа, базирана на научни изследвания в областите изкуствен интелект,

извличане на информация и обработка на естествени езици.

Джей Боксърс ООД - развива два продукта в сферата на изкуствения интелект и в областта на вградените устройства.

Енгаве Интернационал ООД - разработва иновативни решения за мобилно банкиране, здравеопазване (телемедицина) и безопасност на данните в частни и публични „облаци“.

МамутДиБи - разработва база данни за анализ на големи масиви от данни за нуждите на малки и средни предприятия.

Хелекклауд - стартъп в сферата на облачните услуги и партньор на световния лидер Amazon Web Services.

Авто Парк България ЕАД - фокус към развитието на автомобилната индустрия в България чрез създаване на нови технологии и утвърждаване на страната като водеща R&D дестинация в автомобилния свят.

Центорида ООД - предлага цялостно софтуерно решение за професионални домоуправители.

Грийн Корп ООД - разработва високотехнологична система за отглеждане на растения, която не изисква човешка намеса.



Създателят на Webit.Festival Пламен Русев и двама президенти – действащият Румен Радев (вляво) и Росен Плевнелиев (2012-2017) откриха форума

ДИГИТАЛНОТО БЪДЕЩЕ ДНЕС

• WEBIT.FESTIVAL ОТНОВО
• ПРЕВЪРНА СОФИЯ В
• АРЕНА НА ВЪЗМОЖНОСТИ,
• ИНОВАЦИИ И ИДЕИ



Столичният кмет Йорданка Фандъкова даде начало на конференцията за умни градове

автор: **Александра Сотирова**

Задвижен от бързото развитие на новите технологии, светът ще претърпи грандиозни промени през следващите няколко години. Хората ще трябва да се адаптират към бъдещето, за да могат да бъдат успешни в този нов, комплексен и все по-дигитален свят. Изграждането на такива хора е и голямата мисия на Webit.Festival - най-мощният форум за дигитална икономика и технологии в Европа. За поредна година София бе домакин на събитието и се превърна в сцена на иновативни изобретения, вълнуващи теми и грандиозни идеи. Технологичният фестивал се проведе под патронажа на президента Румен Радев, който го откри с думите „София е „точното място“ за организирането на подобен форум. „Защото София и България разполагат с един невероятен капитал – това са нашите млади хора, които с много енергия и интелект дават всичко за развитието на човечеството.“

„Събираме световния елит, за да покажем на българското общество как всеки един аспект от живота ни ще се промени. Обединихме повече от 5000 души под знамето на Webit, за да преоткрием бъдещето на Европа“, заяви при откриването председателят на Webit.Foundation Пламен Русев.

„За мен Webit е сбъдната мечта. Виждам България с амбиция и бъдеще. Пламен Русев и този форум са едни от основните инструменти за реализирането на това бъдеще“, заяви на откриващата церемония и президентът Росен Плевнелиев (2012-2017).

Латвийски стартъп спечели 200 хил. евро от Founders Games

Пет от най-добрите стартъпи излязоха на сцената на Webit и се бориха за наградата от 200 000 евро в състезанието Founders Games. Тази година победител е латвийската компания за биотехнологии CONELUM. Стартъпът е създал технологично решение за свръхбързи микробиологични тестове за хранителната промишленост. Международно жури от инвеститори оцени презентациите на 100 финалисти от 2450 кандидати в специално обособената стартъп зона на най-голямото събитие за дигитална икономика и технологии. На финала



стигнаха още 4 стартъпа - австрийската компания за здравни иновации Tec-Innovation, разработила умни обувки, които засичат препятствия и подобряват качеството на живот на хора със затруднено зрение; словенците от FEELIF, които помагат на незрящи хора да усещат форми, използвайки стандартен сензорен екран; италианската компания Amiko, която

създава медикаменти за хронични респираторни заболявания и българският стартъп Melissa Climate, който свързва устройствата в дома ни с интернет и ни помага да ги контролираме и следим дистанционно.



та ни из основи.

Технологии на бъдещето

Ежедневието на съвременния човек е доминирано от технологиите – „умни“ телефони, интернет на нещата, 3D принтиране, видео стрийминг в реално време, космически полети. Иновациите движат цивилизацията напред, а мечтите стават все по-смели и реални.

Благодарение на дигитализацията всяко свързано устройство може да се превърне в надеждна разплащателна технология, осигуряваща ползи както за потребителите, така и за търговците. По време на Webit Mastercard и Visa представиха преносими разплащателни аксесоари като пръстени, гривни и колиета. Mastercard показа и хуманоидния робот Pepper, оборудван с платформата за търговия Masterpass. Той демонстрира как традиционната търговия лице в лице и роботиката в близко бъдеще ще подобрят търговската практика и ще повишат ефективността, предоставяйки персонализирани, мигновени и сигурни разплащания.

Летящ старт

Полет с балон, над 5000 гости от 90 държави, 100 стартъпа и милиони идеи – така започна тазгодишното издание на технологичния фестивал. Докато се представят пред света, предприемачите имаха възможност да срещнат най-успешните лидери и инвеститори. Програмата включваше 12 паралелни конференции, засягащи теми като маркетинг и иновации, мобилност, умни градове, дигитална трансформация, финансови технологии, облачни услуги, киберсигурност и безопасност на личните данни, здравеопазване, интернет на нещата, софтуерно разработване и лидерство в дигиталната икономика. По време на Webit проектите за бъдещето представиха основателите на някои от най-иновативните предприятия и най-вълнуващите стартиращи компании не само в региона, но и в целия свят. Над 300 лектори споделиха своя опит и определиха тенденциите, които през следващите няколко години ще променят живо-

От Microsoft ни помогнаха да си представим, че човечеството е успяло да изпрати своята първа мисия до Марс, но тя се е загубила и сега учените на NASA имат за задача да възстановят комуникацията с астронавтите. Компанията има решение на този проблем и го показа по време на технологичния форум. На специален уъркшоп по темата програмисти търсиха технически решения как да спасят екипажа и в крайна сметка казусът беше разплетен благодарение на облачните услуги.

Още стотици лектори и уъркшопи ни пренесоха в света на бъдещето и ни позволиха да станем част от него. София отново се превърна в арена на възможности, иновации и идеи. Webit донесе необятно море от послания и съдържание за гостите и за поредна година доказа, че българската столица има потенциал да се превърне в технологичния хъб на Европа и вече никой не се съмнява в това.

Ваня Манова:

ПЛАЩАНЕТО ЧРЕЗ РОБОТ ВЕЧЕ НЕ Е ФАНТАСТИКА БЛАГОДАРЕНИЕ НА MASTERPASS

АВТОР: **Татяна Явашева**

Г-жо Манова, как дигиталната революция променя начините на плащане?

- Живеем в епохата на трансформация, движена от дигитализацията. Хората и устройствата се превръщат в част от глобална дигитална мрежа. Тази постоянна връзка променя и начина, по който потребителите разплащат данъци, такси, пазаруват стоки и услуги. Очакванията са дигиталните разплащания да достигнат над 30% от всички потребителски плащания до 2020 г. Това означава, че свързаните устройства ще стават все повече, а хората ще могат да пазаруват и плащат по всяко време, независимо къде се намират и какво устройство имат под ръка – лаптоп, смартфон, часовник, гривна, ключодържател и т.н. Според Cisco, до 2020 г. броят на свързаните устройства ще надмине 50 млрд.

- Какво показва вашият нюх – какви промени се задават при плащанията в скоро време?

- Сред потребителите нараства интересът към нови методи за разплащане, които доскоро бяха определяни като фантастика – дигиталните портфейли, wearable технологиите, изкуственият интелект. Хората очакват в бъдеще да потвърждават трансакции с пръстов отпечатък, лицево разпознаване или гласова команда и в Mastercard вече работим в тази посока. Само преди дни обявихме началото на тестови период на разплащателна карта с биометрични данни – трансакциите се потвърждават с пръстов отпечатък, вместо с ПИН код. Развитието на иновативните решения е в посока осигуряване на още по-достъпни, удобни и сигурни дигитални разплащания.

- На фестивала Webit в края на април в София Mastercard показва своите най-нови технологични решения за дигитални разплащания. Кои от тях ще откриете?

- В акцент на фестивала се превърна хуманоидният робот Pepper, оборудван с платформата за търговия Masterpass на Mastercard. За да осигури на Pepper полезно приложение в търговията на дребно, Mastercard

си партнира със Softbank Robotics. Ние съдействаме на търговците да съчетаят онлайн с офлайн света и да изградят своето ангажиращо присъствие по всички канали и на всички устройства, като използват Masterpass. Вниманието на посетителите привлякоха и преносимите аксесоари за разплащане (wearables) като пръстени, гривни и ключодържател, които можеше да се тестват на демо щанда ни. С тези последно поколение технологии демонстрирахме как всяко свързано устройство може да се превърне в надеждна разплащателна технология, осигуряваща ползи и за потребителите, и за търговците.

- Очаквате ли скоро хуманоидният робот Pepper да получи по-широко практическо приложение?

- Изкуственият интелект, чийто представител е Pepper, е част от технологичната революция в разплащанията, която вече се тества в заведения за хранене. Той предоставя неповторимо изживяване за потребителите, които комуникират, получават съвети, поръчват и плащат през приложението на робота. Преживяването им започва от момента, в който свържат своя Masterpass акаунт с дигиталния портфейл, инсталиран като приложение на таблета, който Pepper носи винаги, или чрез сканиране на QR код. За нас няма съмнение, че приложението на хуманоидни роботи в търговията ще се разширява.

- Иновациите са рискова инвестиция. Защо си струва да се насърчават иновациите в разплащанията?

- По-широкото използване на електронните разплащания от институциите, бизнеса и крайните потребители е един от сигурните инструменти за борба със сивата икономика, както и за по-ефективното планиране и разходване на публични средства. А това рефлектира върху цялото общество. Затова инвестициите в иновации в настоящето всъщност са инвестиции в бъдещото по-справедливо общество и по-комфортно ежедневие на гражданите. Този процес изисква сътрудничество на няколко нива – правителство, бизнес и граждани, с които ние работим успешно на глобално и локално ниво.



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

⋮ В МОМЕНТА MASTERCARD
⋮ ТЕСТВА РАЗПЛАЩАТЕЛНА
⋮ КАРТА С БИОМЕТРИЧНИ
⋮ ДАННИ - ТРАНСАКЦИИТЕ
⋮ СЕ ПОТВЪРЖДАВАТ С
⋮ ПРЪСТОВ ОТПЕЧАТЪК,
⋮ ВМЕСТО С ПИН КОД
⋮



С робота Pepper - Ваня Манова и Мартин Божков, победител в конкурса за есе на тема „Дигитализацията и аз. Как технологиите помагат в ежедневието“

до посещения на културни и спортни събития, при социални помощи и т. н. Mastercard работи успешно по проекти в редица градове от цял свят. Сред тях е мрежата за безконтактни плащания във всички линии на метрото и автобусния превоз в Лондон, която за кратко време привлече над 40% от всички пътуващи и доведе до 5% понижение на разходите за събиране на такси. През октомври 2016 г., в град Зеленодолск, Република Татарстан, Mastercard предостави на всички жители градска карта, която комбинира традиционната опция за разплащане с 16 други нефинансови услуги, сред които здравна и социална идентификация. Имаме много успешни програми и в областта на образованието с училища от модела „безкасов кампус“. Целта на всички тези проекти е да правим услугите по-достъпни, живота на хората – по-удобен, а работата на институциите – по-ефективна.

- Как ви се вижда бързината, с която електронните разплащания и технологичните новости в тази насока навлизат в България?

- Изследванията показват, че българите са сред технологично най-възприемчивите потребители и в същото време сред най-силно желаещите навлизане на иновациите в повече обществени сектори. Според проучването MasterIndex, през 2016 г. има ръст от близо 20% на българските потребители, които заявяват, че използват безконтактни технологии. Друго наше изследване, Impact of Innovation,

сочи, че 63% от българите считат иновациите за положителни за обществото, а 91% очакват броят на дигиталните услуги да нарасне в близко бъдеще. Видимо се покачва както интересът и употребата на иновации в разплащанията, така и очакванията за тяхното развитие и по-мощно обхващане на различни сектори.

- Как според вас до 5 години наличните технологии на Mastercard и тези, върху които в момента се работи, биха превърнали София в SmartOFIA?

- Горди сме с няколко проекта, които реализираме в София и които потребителите и институциите приемат за полезни. Едно от тях е приложението TICKEY, което позволява да се купи билет за пътуване в метрото през мобилния телефон. Преди около две години с Yellow Taxi стартирахме една уникална за Европа услуга – безконтактно плащане на ПОС терминал в такси, средствата от който се прехвърлят мигновено в Mastercard картата на таксиметровия шофьор. Вярвам, че в следващите 5 години, а защо не и по-скоро, още по-голям процент от потребителите и институциите ще са убедени в предимствата на новите технологии и те ще навлязат още по-силно в ежедневието ни, правейки го по-комфортно и интересно.

- Mastercard е лидер, който създава дигиталното бъдеще. Как компанията се зае с тази мисия?

- За нас, в Mastercard, технологичните иновации не са самоцел, те са средството, което помага за финансовото включване на милиони хора и за изграждането на по-прозрачно и по-справедливо общество. Днес една четвърт от европейците все още нямат достъп до финансови продукти и услуги. Mastercard се ангажира да осигури финансовото включване на 500 млн. граждани в икономиката до 2020 г., от които над 100 млн. в Европа. Развитието на технологиите ни позволява да създаваме иновативни решения и продукти, които решават конкретни проблеми в съвременния свят. Какво по-голямо предизвикателство и стимул за работа в тази посока?

- Mastercard има своя визия за изграждането на умни градове. Кои са някои от най-новите решения?

- Визията на Mastercard за превръщането на градовете в „умни“ е свързана с внедряването на електронните плащания в редица сектори – от събиране на данъци и такси, пазаруване и хранене, до плащане на комунални услуги и за градски транспорт; от здравеопазване и образование

... ЗА MASTERCARD ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ ИНОВАЦИИ СА
... СРЕДСТВОТО, КОЕТО ПОМАГА ЗА ИЗГРАЖДАНЕТО
... НА ПО-ПРОЗРАЧНО И ПО-СПРАВЕДЛИВО ОБЩЕСТВО

Protection

Protect your assets



HUVEPHARMA EOOD • 3^o NIKOLAY HAYTOV STR • 1113 SOFIA • **BULGARIA** • P +359 2 862 5331 • F +359 2 862 5334 • SALES@HUVEPHARMA.COM
HUVEPHARMA N.V. • UITBREIDINGSTRAAT 80 • 2600 ANTWERP • **BELGIUM** • P +32 3 288 1849 • F +32 3 289 7845 • CUSTOMERSERVICE@HUVEPHARMA.COM

КАК ДА СТАНЕМ Е-ГРАЖДДАНИ НА ЕСТОНИЯ И ЗАЩО

автор: **Александър Александров**

Държавите вече не са това, което бяха. Още преди десетина години една ексцентрична група обитатели на виртуален свят в интернет обяви съвсем не на шега, че възнамерява да поиска от Организацията на обединените нации статут на държава за техните сървъри. Както можем да се досетим, не им се получи. Преди по-малко от половин година пък група учени анонсираха своите планове да създадат първата по рода си държава в Космоса, привличайки всеки желаещ за неин жител.

Макар на повечето нормални хора тези примери да не им звучат сериозно, те са показателни за променящата се представа за гражданство сред някои обществени кръгове, свързани основно с информационните технологии и стартап общността. Първата официална форма на

ВИРТУАЛНО ГРАЖДАНСТВО

обаче се появи относително скоро – едва в края на 2014 г., и напълно очаквано според мнозина нейната родина е Естония. Със сигурност най-бързо развиващата се в технологично отношение европейска страна.

Програмата е-гражданство на Естония, известна още като „виртуално гражданство“, позволява на жители на други държави да получават достъп до редица услуги, които доскоро бяха достъпни само за естонски граждани. Сред тях са откриването на банкова сметка, регистрирането на компания, обмен на криптирани документи и много други. Всеки, преминал през подобна регистрация, получава смарт карта, която му позволява да извършва всички тези процедури.



Представянето на платформата за електронно гражданство в Естония

ФОТО e-Estonia.com



Виртуалните граждани на Естония получават своя дигитална лична карта за достъп до предоставяните услуги

... БАЛТИЙСКАТА РЕПУБЛИКА Е НА ПЪТ ДА
 ... ПРЕДЕФИНИРА ПРЕДСТАВАТА НИ ЗА ЖИТЕЛСТВО
 ... И ЗА ПРЕДОСТАВЯНЕТО НА АДМИНИСТРАТИВНИ
 ... УСЛУГИ. И БЪЛГАРИЯ ИМА КАКВО ДА НАУЧИ

Самото кандидатстване за електронно гражданство също се извършва онлайн и може да бъде осъществено без изобщо да посещаваме балтийската страна. Всичко, което трябва да направим, е да попълним един формуляр и да добавим копие от личната си карта и снимка, както и да обясним причините, поради които желаем да станем електронни граждани на Естония. След кратка проверка, при която кандидатите с лошо съдебно минало биват отстранени, бъдещият електронен жител на Естония е поканен на интервю в най-близкото посолство на страната.

Важно уточнение все пак, че електронното жителство не е равносилно на истинско естонско гражданство и дори не позволява на неговия носител да влиза в страната. Или с други думи, Естония предлага своеобразно „жителство като услуга“ по модела, по който редица софтуерни компании днес предлагат „софтуер като услуга“ (Software as a Service). И предефинира идеята за административни услуги по начина, по който платформи като Airbnb променят представата ни за наемане на жилище, а такива като Uber преосмислят транспортните услуги. Затова и съвсем логично е-гражданството е насочено към предприемачи и свободни професии, които не са свързани с конкретно местоположение. Мислете си за софтуерни фирми, дизайнери, писатели, независими консултанти и стартъпи. Първият електронен гражданин на балтийската страна е британският журналист Едуард Лукас, а сред жителите вече има такива от Латвия, Русия, САЩ, Финландия и дори България. Само откакто Великобритания стартира процедурата за напускане на Европейския съюз преди около месец, над 1000 граждани на Острова са подали документи за екзотичното виртуално жителство.

Защо да го направим?

Електронното гражданство в страна от Европейския съюз като Естония със сигурност е много добра възможност за жителите на развиващите се страни, които искат да имат достъп до единния европейски пазар. Такива са например предприемачи от страни като Индия, Пакистан, Близкия изток, а както споменахме по-горе ... вече и Обединеното кралство. Всички те могат да се възползват много лесно от тази възможност, получавайки онлайн достъп до всички услуги на естонското електронно правителство и до целия единен пазар.

Програмата е особено удобна за украинци, беларуси и руснаци, които освен това биха могли да се намират и физически по-близко до Естония и по-лесно биха разгърнали бизнес операциите си през една естонска фирма. Виртуалното гражданство обаче може да бъде чудесна възможност и за жителите на страни членки на ЕС като България. Чрез него те могат да се възползват от всички предимства на една от най-иновативните и отворени към предприемачеството държавни системи.

За Естония всичко това означава привличане в страната на огромен брой иновативни нови фирми и креативни хора от целия свят. С всички възможни позитиви за нейната икономика. Докато прави това обаче, балтийската държава е на път да предефинира изцяло идеята за гражданство, показвайки колко лесно могат да се предоставят повечето административни услуги по виртуален път. При това – във време, когато в множество страни, сред които и България, администрацията все още възприема като свое право възможността да отказва такива услуги на своите официални граждани и юридически лица.

ТЕХНОЛОГИЧНИЯТ УСТРЕМ НА КИТАЙ

ПРЕПОРЪКАТА КЪМ НАС, БЪЛГАРИТЕ, Е ДА ПРОУЧВАМЕ ЧУЖДЯ
ОПИТ, НО ДА СЪЗДАДЕМ СВОЙ МОДЕЛ И ДА ГО СЛЕДВАМЕ

автор: Яна Колева

Китай стана фабриката на света, но след като страната показва, че може да произвежда всичко за цял свят и усвои съответните технологии, тя вече има нови стремежи – да се превърне в най-иновативната и най-високотехнологичната дестинация. Китай върви с бърза крачка, с ясна цел и посока, която всички следват. Китайците вземат най-доброто от чуждия опит и го доразвиват. Те

обръщат внимание на всеки детайл и винаги намират начин за подобрения и усъвършенстване, посочва доц. д-р Мариана Малинова Тиен от Института за исторически изследвания при БАН. Китайското държавно и партийно ръководство си дава сметка, че за да бъде силна една страна и да се подобри животът на хората, държавата задължително трябва да разполага с голям научен и технологичен потенциал. Политиката, която от години

насам се води, е съобразена с това и постоянните реформи за Китай са нещо обичайно. Образованието е приоритет и то е в процес на непрестанно модернизиране.

Наука

Китай вече има лидерски позиции в света по мощ на научноизследователските и опитно-конструкторските работи, по инвестиции в научните изследвания и разработки, по брой



В Пекин полагат сериозни усилия да ограничат замърсяването на въздуха

на научните публикации и нарастване на високотехнологичното производство. Страната вече има челни позиции по осигуряване на производството с научни и инженерни кадри и още през 2012 г. изпревари Германия по брой на патентите, като засега само САЩ и Япония регистрират повече патенти. Над 650 000 патентни заявки се подават всяка година и поне 60% от тях са от фирми. Това показва, че в китайската система на иновациите е направен преход от планов модел, при който научните изследвания се провеждат в институтите и са отделени от производството, към пазарно ориентирана система, където самите фирми създават и внедряват иновациите.

Роботи

В Китай имат практиката да изпробват новостите най-напред в по-малки населени места, преди да бъдат въведени в мегаполисите. Така първият робот регулировчик в началото на тази година е поставен на оживено кръстовище в град Сянян в провинция Хубей. Умната машина спира пешеходците, когато искат да пресекат на червено. Роботът има за цел да сложи край на тъй нареченото „китайско пресичане“, при което има безразборно преминаване, независимо от светофара.

В мегаполисите вече навлизат сервизни роботи. Автоматизираните келнери са невероятна атракция във все повече ресторанти. Собствениците на заведенията твърдят, че са отлична инвестиция, тъй като са бързи и изпълнителни, не разливат супите и питиетата върху клиентите.

Умни мрежи

В Пекин и Шанхай активно се развива мрежа Smart Grid. Благодарение на „умни“ датчици потребителите намаляват разходите си за електроенергия. Същевременно обаче приходите на електроенергийните компании се увеличават, тъй като новата система помага да се реши проблемът с кражбата на ток. Освен това в китайската столица не може да се пътува гратис – влиза се само през първата врата и се плаща с електронни карти, като тарифата е в зависимост от пропътуваното разстояние. Билетите са отживелица.

Електронна търговия

В цял свят се наблюдава ръст на

електронната търговия, а Китай вече има лидерска позиция. Прогнозата на авторитетни анализатори е, че към 2020 г. нивото на приходите от този бизнес в Китай ще нарасне до 1,1 трилиона долара годишно, което ще затвърди позициите на страната като номер едно в света. Електронната търговия става начин на живот и дори продукти от първа необходимост се купуват онлайн. Тя все повече влияе и на развитието на селските райони в страната, които активно се включват в мрежата на този бизнес. Същевременно расте броят на интернет търговците, готови да доставят стоки по цял свят. Е-магазини като AliExpress се ползват от стотици милиони потребители в глобален мащаб заради ниската цена на предлаганите продукти. Друго предимство на електронните магазини от Китай е безплатната доставка на стоки, с което не могат да се похвалят търговците в Европа и САЩ. През януари 2017 китайското правителство обяви създаването на Китайски инвестиционен фонд за интернет комуникации с активи на стойност 100 млрд. юана (14,5 млрд. долара). Това неминуемо ще повлияе и върху онлайн предлагането и пазаруването.

Със свой модел

В Китай всичко става много бързо, там се работи с невероятни темпове, уверява доц. Мариана Тиен. Въпреки глобализацията в Китай се насърчава запазването на родовите традиции и памет. Повече от китайците, които отиват да учат в чужбина, се връщат обратно, като само една от причините е, че местните компании им предлагат по-добри възможности за кариера, отколкото западните фирми.

В България гледаме технологичния устрем на Китай и ни се ще и ние да сме на гребена на техновълната. Но как? Доц. Тиен припомня, че когато премиерът Пламен Орешарски се срещна със своя колега Ли Къцян в Пекин през 2013-а, той казва, че България би желала да проучи китайския опит, за да го прилага. Ли Къцян обаче препоръчва българите да не се правят на китайци, а да създадат свой собствен модел: „Вие сте на Балканите, разположени между Изтока и Запада, и е добре да намерите оная формула за развитие, която е най-подходяща за вас“.



Доц. Мариана Тиен

КАК ПЕКИН РЕШИ ВЪПРОСА ЕКОЛОГИЯ ИЛИ ПРОИЗВОДСТВО

Огромният проблем с чистотата на въздуха в Пекин вече е решен, като бяха въведени строги ограничения в различни сфери. Най-радикалната мярка беше изнасянето на всички производства извън Пекин на разстояние минимум 200 км и това вече е направено, казва доц. Мариана Тиен. От 1 януари 2017 г. максимално задължително са електромобили. Превозните средства на градския транспорт също са съобразени с най-новите еконорми. Създават се все по-добри условия хората да ползват обществен транспорт вместо лични автомобили. Надземният Пекин са небостъргачите и автострагите, а под земята е добре развитата мрежа на метрото. Насърчава се споделеното ползване на велосипеди, като има и гни, в които може да се кара безплатно. Първоначално беше въведено ограничението за ползване на личните автомобили чрез редуване на четни и нечетни номера, но мюзина си купи втора кола, за да разполагат с четен и нечетен номер и да карат всеки ден. Правилото не сработи, но после се пристъпи към по-крайни мерки и така проблемът намери решение, макар и на висока цена, обяснява доц. Тиен.

БОТОВЕ VS ХОРА

ВМЕСТО ДА ХУМАНИЗИРАТ
КОМПЮТРИТЕ, ТЕХНОЛОГИИТЕ
ПРЕВРЪЩАТ ЧОВЕКА В КЛИШЕ

АВТОР: Владимир Митев

Нomo homini botus est. Човек за човека е бот. Така би могла да звучи днес латинската сентенция „Човек за човека е вълк“.

Настъплението на ботовете – компютърните програми, които симулират общуване с човек или човекоподобно поведение, произвежда ефект, противоположен на анонсираните добри намерения. Вместо да хуманизира компютрите, изкуственият интелект, големите масиви от информация и вървящата поредна вълна на технологичната революция по-скоро превръщат голяма част от човечеството в ботове – в подобия на хора с ограничения в умствения, емоционален и личностен капацитет.

Изчислителната мощ, която човечеството контролира, никога не е била по-голяма. В същото време паралелно с възхода ѝ изпква човешката немощ. Поглед към коментарните студии на телевизиите или към предизборните кампании показва именно изобилие на клишетата, въртене на изтъркани от години схеми за отношенията държава-бизнес, дясно-ляво, либерали-националисти и т.н.

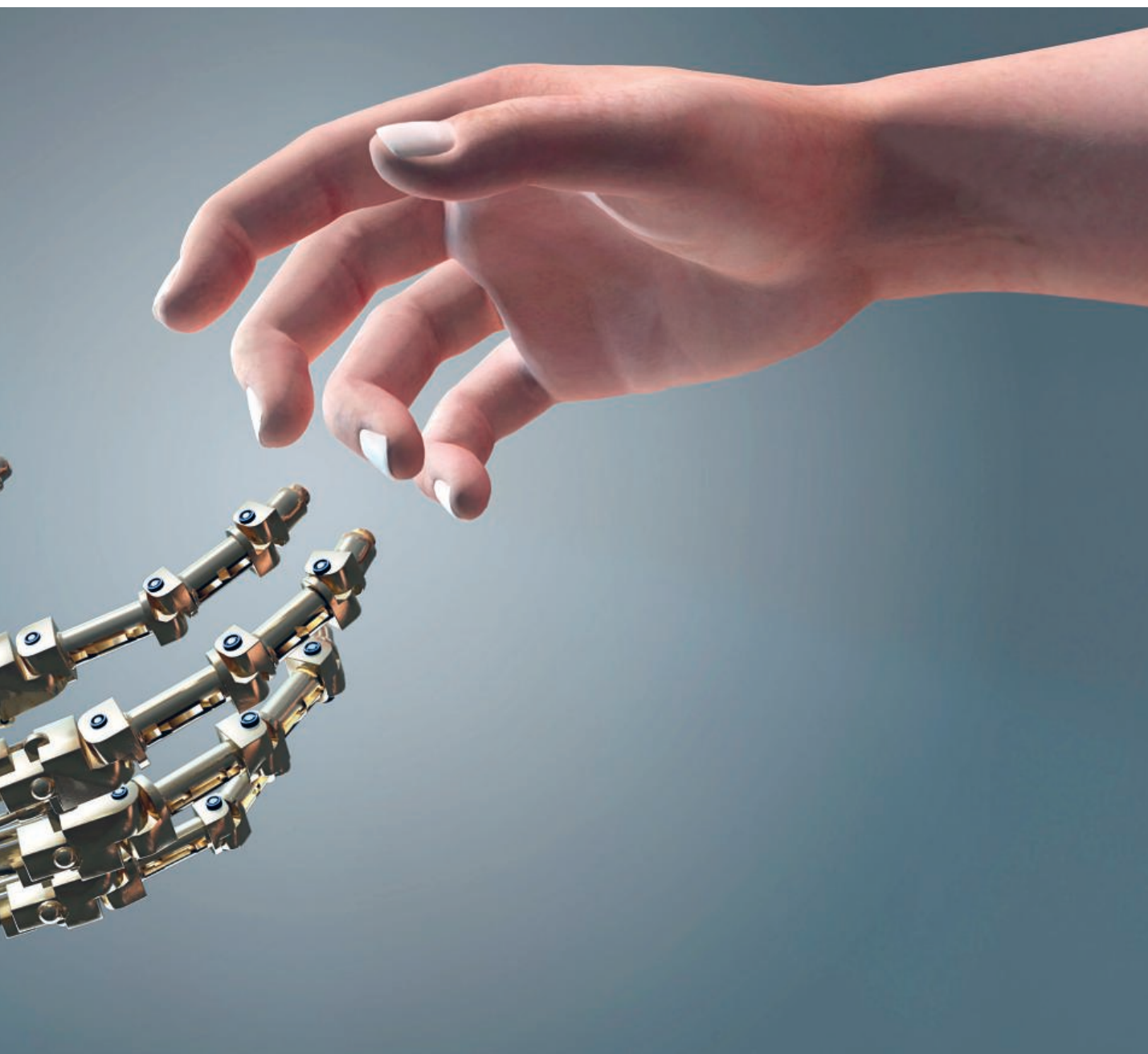
В отминалата избирателна кампания отсъстваше именно дискусиата с факти, с визия и с компетентност за проблемите и развитието на съвременна България и ЕС. Вместо това имаше игра на ботове – опит да бъдат дехуманизирани отделни опоненти или цели категории избиратели. Така бе затвърдено впечатлението, че пилот в самолета – т.е. мислене, няма. Интереси, които действат в политиката, (т.е. субекти) съществуват, но те явно само в редки случаи имат нужда от народ, който да ги легитимира.

Проблемът обаче не е точно в опорните точки и в заготовките на политици, бизнесмени или анализатори. Идеите, които се движат по медиите и между хората, може би някога са били оригинални и са имали сила да променят нещо



в действителността. Част от драмата на съвременното публично пространство е в това, че хората, които повтарят за N-ти път една или друга схема, всъщност не са се развили в мисленето си. През годините те може да са акумулирали повече средства и власт, може да са повярвали още повече във всемогъществото си, но по същество са останали верни на онази своя същност и на онова свое вътрешно противоречие, благодарение на които са се почувствали овластени. Те са в политиката именно защото не умеят да се трансформират и да трансформират света около себе си, като вместо това са предпочели да играят с него на доминация, т.е. на ботове.

Ако нечии думи – казани в личен разговор или формулирани медийно, звучат като баласт, то изводът изглежда ясен – човекът, който ги изрича, живее в днешното време, но духът на съвременността не е съвсем част от него. Разбира се, голямата част от хората в България не бихме могли и не сме задължени да имаме иновативното мислене на Илън Мъск или Стив Джобс, така че да сме в крак с вре-



мето. „Изостаналостта“ на ума, ориентацията към златните времена на миналото или младостта са част от богатството на живота.

Изпитанието е другаде – в трудността да усетим, да докоснем и да се свържем с другия човек, с различния. Ако той е с други политически убеждения, друг етнос, религия или професия, е по-лесно да не видим душата в него, а вместо това да разпознаем в него бота. А често емоциите между хората са взаимни и без да си даваме сметка, в ботове се превръщаме и самите ние.

Има много причини за това обществено и личностно развитие. Част от тях е липсата на умения у мнозина хора за справяне с информационното претоварване на епохата. Всяка секунда в интернет се взривява гигабитова бомба, качват се масиви от видео и аудиофайлове, пишат се статии, коментари, мейли и т.н. В същото време умовете ни все по-трудно четат дълги текстове и показват тенденция да не могат да се концентрират именно

заради многобройните дразнителни и изкушения, които са навсякъде около нас. Тези предизвикателства показват, че е необходимо качества като дисциплина на ума, воля, бързина на преценката, съсредоточаване и умения за селекция да не бъдат повече присъщи само на интелигенцията, а да станат достойни и на обикновените хора. Това, разбира се, е доста трудно в общество на консумацията, което има нужда най-вече от потребители, а не от иноватори.

Друга тенденция, която вероятно допринася за утвърждаването на човека-бот (Homo botens) е уклонът към визуално мислене, който се извършва с помощта на gif анимации, мемеи и емотикони. Преди интернет епохата хората са четяли много повече текстове. Затова и мисленето им е било понятийно и абстрактно. То е предполагало повече въображение и е развивало духа им. Визуалното мислене може да бъде видяно и като надграждане над текстовото, но то е по-скоро свързано с конкретика, с нещо фиксирано и определено.

Част от обяснението за появата на ботовете е и фактът, че прехвърляме все повече дейности на изчислителни машини около нас. Вместо да развиваме смятане наум, ползваме калкулатора на компютъра. Прескачаме често непосилния процес на учене на нов език, просто ползваме онлайн превод, за да разберем какво пише в интернет. Не се налага да помним карти и да се ориентираме, има Google Maps и това е достатъчно. А паметта на компютрите, смартфоните и таблетите по същество е аутсорсната наша памет.

Това прехвърляне на психическа и умствена дейност към машини спестява време, усилия и повишава ефективността ни. Но то в крайна сметка прави умовете ни по-лениви. Нищо чудно, че както гласи фразата – „колкото по-умни стават телефоните, толкова повече затъпяваме“.

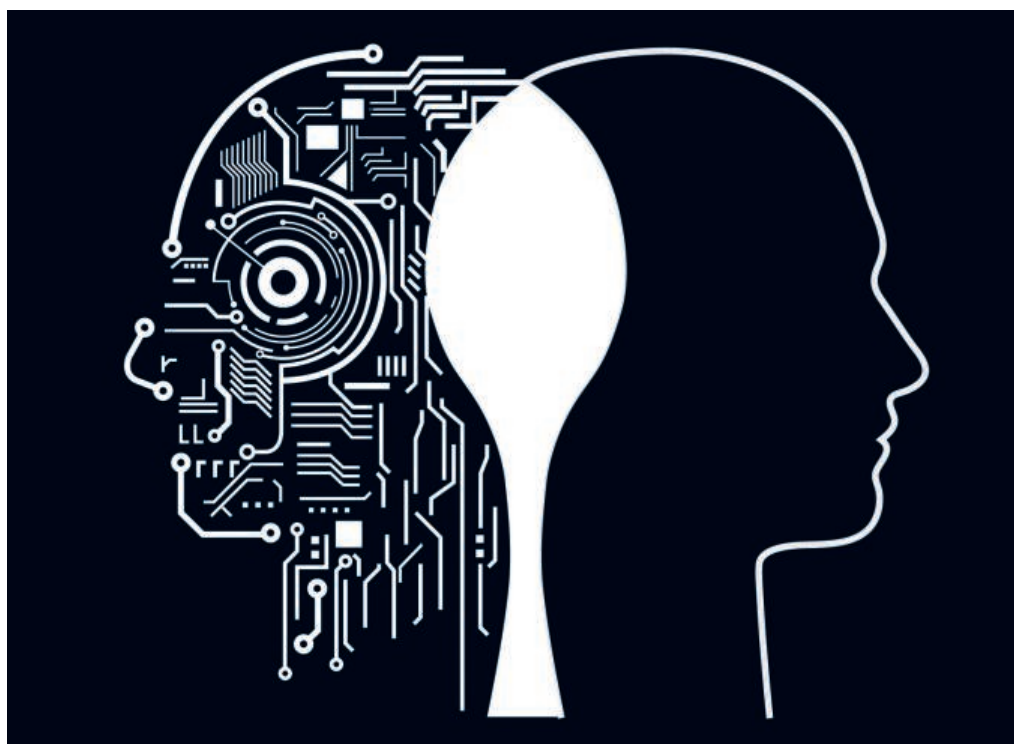
Технологиите ерозират човешкото в нас и по още един начин. Ако нямаме нужната самодисциплина, те ни предлагат удовлетворение на човешките ни нужди на мига. В случай, че търсим някакво усещане за общуване, чатът е само на една ръка разстояние. Сексуалното желание също си има свое компютърно ерзацудовлетворяване – порното.

Общото в тези два случая е, че истинският човешки контакт изисква сложни личностни и волеви качества. Без тях не бихме могли да сме зрели. Но все още неукрепналите характери може лесно да се подвежат да удовлетворяват нуждите си само в информационния пашкул на компютъра. И така да забавят развитието си. Да заприличат на ботове за своите връстници, които са навлезли в живота отвъд екрана и интернет.

Всички казани дотук аргументи описват технологиите като зло. Но те не трябва да бъдат виждани само по този начин. Технологиите и интернет предоставят например много повече възможности да реализираме себе си. Креативността, която компютрите отключват и усилват, в същото време има свойството деструктивност. Информацията, която циркулира свободно в мрежата или по медиите, може да травмира онези, които не са готови да я осмислят.

Технология и власт в много отношения са синоними, а срещата на неподготвен човек с жилото им може да доведе именно до появата на човекоподобното същество, наречено бот.

Това явление сигурно има и своите „позитивни“ страни. Може би „бот на бота око не вади“, т.е. в едно бъдещо общество на ботове индивидите ще са толерантни едни към други, защото ще знаят, че всеки от тях „просто толкова си може“. Само че те със сигурност биха тръгнали да потискат или да устройват по свой образ и подобие различните от тях – онези, които имат дух.



Затова възходът на ботовете поставя големи обществени и философски проблеми пред общества като българското. Какво означава да си човек и какво – да си компютърподобно зомби? Властта отглежда ли ботове и упражнявана ли е от тях? Обществата на ботове мирни ли са, или напротив – в тях агресията и разрушението е на по-високи нива?

Утвърждаването на ботовете в крайна сметка е ново изпитание за човека и за човешкия дух. Коя тогава е „антивирусната“ програма, която може да хуманизира бота? Да виждаме душата в него. Ботът реди думи без дух. А духът, това са животът и промяната. Ако машинното мислене изчислява в нули и единици, човешкото е способно на съждения, които са едновременно верни и неверни. Това води до разпъване на кръст, но създава и динамиката на Духа, който е пътят, истината и животът.





БИТКАТА НА ФЛАГМАНИТЕ

автор: **Александър Александров**

През последните години смартфоните се наложиха като водещия подсегмент на потребителската електроника, а на върха на този бранш – при моделите от висок клас – бушува истинска битка между три технологични гиганта. Това, което се случи, накратко е, че Apple предефинира целия сектор с пускането на първия си iPhone преди малко повече от десет години, Samsung постепенно се ориентира в обстановката и успя да изпревари компанията на Стив Джобс в самия край на 2011 г., заемайки лидерската позиция, а Huawei през последните години се позиционира устойчиво на трето място с амбиции да атакува първите две. Останалите играчи в сектора общо взето трудно биха могли да се намесят в челната тройка, освен ако някой от тях не анонсира много сериозна иновация с потенциал да предефинира бранша отново.

Huawei хвърли ръкавицата на двата лидера в този динамичен сектор по време на тазгодишния Световен мобилен конгрес, който се проведе в края на февруари и началото на март в Барселона. Както вече писахме в сп. „Икономика“, тогава компанията представи своя нов флагман P10 и версията му P10 Plus, които се отличават с най-новата оптика на Leica, процесор Kirin 960 и уникален дизайн, създаден в партньорство с института Pantone. Samsung, който традиционно използваше мобилното шоу в Барселона, за да анонсира новите си флагмани от серията Galaxy S, този път имаше далеч по-слабо присъствие, акцентирайки по време на своята откриваща пресконференция на нови мре-

жови решения от пето поколение (5G) и два нови таблета. Това позволи на премиерата на Huawei P10 на практика да се превърне във водещия анонс при телефоните по време на конгреса.

Проблемите на Samsung обаче далеч не се изчерпват само със силното участие на конкурентите. Компанията преживя едно изключително лошо полугодие, през което се наложи да изтегли от пазара модела Galaxy Note 7 заради проблеми с батерията, преживя сериозна авария в една от своите фабрики за батерии на смартфони, а за капак нейният президент Лий Джей Юнг беше арестуван и впоследствие обвинен в корупция в рамките на мащабен скандал, в който е замесена и Пак Гън Хе - доскорошен президент на Южна Корея.

На фона на тези скандали производителят се справя впечатляващо и дори успя да минимизира загубите от изтеглянето на Galaxy Note 7. Централно място в стратегията ѝ зае премиерата на новия флагман Galaxy S8, която се превърна в

своеобразен рубикон

за корейския гигант. И ако съдим по отзивите след събитието, то е преминало повече от добре. Samsung избра за официалния анонс датата 29 март – точно месец след Световния мобилен конгрес, което помогна на компанията да се открие от наситената с телеком новини седмица на изложението в Барселона.



: SAMSUNG И HUAWEI ИЗВАДИХА НАЙ-ДОБРОТО,
 : С КОЕТО РАЗПОЛАГАТ ПРИ ВИСОКИЯ КЛАС
 : ТЕЛЕФОНИ. **ВСИЧКИ ОЧАКВАТ APPLE**

Samsung Galaxy S8 разполага с 14.6-сантиметров QHD+ Super AMOLED инфинити дисплей, а при неговата по-скъпа версия S8+ този показател е 15.8 см. Това са първите модели на пазара с инфинити дисплей – технология, която позволява постигане на по-голям екран при същия размер на устройството. Подобно на своите предшественици, двата смартфона са напълно водоустойчиви и прахоустойчиви, а сред новостите в тях са сензорът за пръстови отпечатъци, както и функцията за сканиране на ириса на окото. Сред останалите предимства на флагманите са още чудесни възможности за снимки през нощта, четириядрен процесор Qualcomm Snapdragon 835, достатъчно мощен, за да подкара операционна система Windows, бързо безжично зареждане, както и поддръжка на 4G комуникация. Освен това на премиерата беше представена и още една иновация, на която корейският производител залага в конкуренцията с Apple и Huawei – при Galaxy S8 и S8+

сма̀ртфонът става компютър

Това се случва с помощта на иновативната DEX станция, представена също на събитието, която позволява пълноценна интеграция с компютърен монитор и друга периферия. Това на практика преосмисля идеята за работно място и за притежаването на няколко устройства, позволявайки с един-единствен смартфон в джоба да разполагаме с цялата си работна информация и офис приложения.

Друг важен акцент от анонса на Galaxy S8 е новият виртуален асистент Bixby на Samsung, с който компанията ще се опита да конкурира Siri на Apple, Cortana на Microsoft и Google Assistant. Платформата на Samsung включва системите Axios за гласови команди, Vision за разпознаване

на изображения и Reminder за напомняния, базирани на местоположението. И макар, че Bixby няма да бъде изцяло достъпен при пускането на новите флагмани в продажба, той ще се появи на пазара много скоро след това и ще ги превърне в пълноценни играчи на

пазара на дигиталните асистенти

Сегмент, към който гледат също и Amazon, Facebook и други технологични гиганти. И който вероятно ще предефинира начина, по който използваме своите персонални устройства през следващите няколко години. Напълно в унисон с тези прогнози се очаква корейският производител в бъдеще да изгради цялостна екосистема от приложения около Bixby.

С вградения личен асистент и с впечатляващите характеристики на новия S8 компанията е в позиция да конкурира успешно Huawei P10 и може да се каже, че отговаря адекватно на хвърлената ръкавица от китайския гигант. Всякакви планове за лидерска позиция в сектора обаче са абсолютно безсмислени, ако не се вземе предвид ролята на Apple - компанията, която на практика създаде съвременния облик на пазара на смартфони. Макар и напоследък да е фокусирана в своите собствени проблеми като спад на продажбите и на цената на акциите, тя просто няма как да не бъде в сметките на останалите играчи в този бранш. И макар че преди броени дни изтече информация, че анонсът на новия iPhone 8 ще се състои след половин година, все още е рано да се каже дали той ще се откроява с някакви впечатляващи нови функционалности. Samsung също готви следващия си анонс – този път на Galaxy Note 8, което означава, че до края на годината в челната тройка в този сегмент може да се случи всичко.

FACEBOOK ЗАЛАГА НА ДОБАВЕНАТА РЕАЛНОСТ

автор: **Александър Александров**

Facebook е във война с Google, Microsoft, Amazon и други ИТ гиганти в почти всички перспективни технологични сегменти и новото бойно поле на тази война изглежда доста футуристично. Виртуалната реалност, добавената реалност, изкуственият интелект и чатботовете, управлението на компютри с мисъл – това са само някои от оръжията, които компанията на Марк Зукърбърг възнамерява да използва. Или поне така изглежда от анонсите, които тя направи на своята годишна конференция за разработчици F8. Събитието се проведе на 18 и 19 април и по традиция събра партньорите на социалната мрежа, предлагайки им интензивна програма от лекции, уъркшопи и срещи.

Обикновено този тип събития са свързани с анонси, интересоващи предимно разработчиците. Тази година обаче много от новините са с далеч по-масов характер и засягат всеки, който по един или друг начин използва платформата. Ето и по-важните от тях:

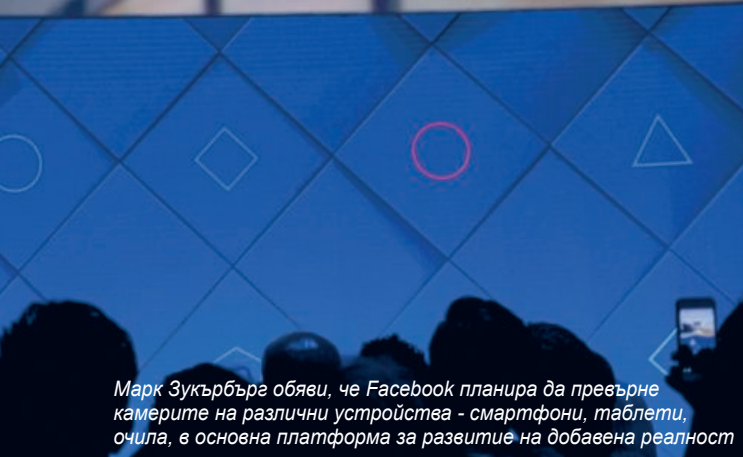
Добавена реалност

Augmented reality, или добавена реалност, представлява клас технологии, обединяващи картина от реалния свят с виртуални елементи. Обикновено това се случва на екрана на телефон, таблет или компютър. Така например, ако насочите своя смартфон към някой магазин, вие ще можете да получите информация за актуални промоции и продукти, предлагани в него. Ако пък погледнете брошура, визитка или картичка, те могат да „оживеят“ през екрана на телефона, стига да имат „добавена реалност“.

Повечето големи ИТ компании имат интерес към този сегмент, но досега в него реално са се включили Google със своята мобилна игра Ingress и Nintendo – с Pokemon Go. Facebook изглежда е третият по-голям играч, който навлиза в сектора, благодарение на анонсираната по време на конференцията платформа Camera Effects. Тя позволява на външни разработчици да създават различни ефекти към изображенията, заснемани с камерата на телефона. Или с



: НА ТАЗГОДИШНАТА
 : СИ КОНФЕРЕНЦИЯ
 : КОМПАНИЯТА НАПРАВИ
 : СИЛНИ ЗАЯВКИ ЗА
 : НАВЛИЗАНЕ В НЯКОЛКО
 : НОВИ ИТ СЕГМЕНТА



Марк Зукърбърг обяви, че Facebook планира да превърне камерите на различни устройства - смартфони, планшети, очила, в основна платформа за развитие на добавена реалност

други думи, социалната мрежа планира да превърне камерите на устройствата в основна платформа за развитие на augmented reality и да създаде първата цялостна екосистема в този перспективен сегмент. Представяйки услугата по време на събитието, Марк Зукърбърг стигна дори по-далеч, прогнозирайки, че в бъдеще чрез тази технология много от физическите информационни носители около нас просто ще станат излишни.

Виртуална реалност

Това е сектор, в който Facebook вече развива дейност от няколко години с придобиването на стартиращата фирма Oculus – създател на едноименния virtual reality шлем. На провелата се преди дни конференция обаче компанията стигна дори по-далеч, обединявайки този продукт с основната си платформа - самата социална мрежа. В рамките на събитието тя представи Spaces – първата по рода си „виртуална социална мрежа“, в която потребителите могат да свързват своите Facebook акаунти с екосистемата на Oculus. Това от своя страна им позволява да създават VR стаи, в които да общуват помежду си - да споделят съдържание и да присъстват виртуално посредством своите аватари. Концепцията в известна степен е базирана на популярния виртуален свят Second Life на компанията Linden Lab, с която Facebook си партнира по този проект.

Интерфейс „мозък - компютър“

Какво може да е по-впечатляващо от почти реалистично „присъствие“ във виртуалния свят? Със сигурност това е управлението на този виртуален свят само с мисъл. На форума Facebook разкри плановете си да навлезе и в този бързо развиващ се сегмент – т.нар. BCI (Brain – Computer Interface, или интерфейс „мозък – компютър“).

За разлика от плановете на друг технологичен визионер – Илън Мъск – обаче компанията на Зукърбърг планира да направи това, без да се налага да имплантира електроди в тялото. Вместо това тя ще използва технология за сканиране на мозъка и разпознаване на мисловни команди. Все още е рано да прогнозираме дали проектът ще бъде успешен, но по него вече работи ново подразделение с 60 инженери. Ако тяхната работа бъде успешна, можем да очакваме в по-далечно бъдеще днешната Facebook комуникация чрез писане да бъде заменена от функционален виртуален свят, в който да се разхождаме с нашите аватари, комуникирайки изцяло с мислите си.

Чатботове във Facebook Messenger

Компанията използва своята годишна конференция, за да анонсира също и новите възможности на чат приложението Messenger. То вече позволява използването на автоматизирани приложения – ботове – в груповите чатове, както и създаването на специфични чатботове в различни сфери. Добавена е също и функция за откриване в Messenger на всички наскоро използвани от потребителя ботове. Тя позволява още преглеждане на бот категориите и на различни актуални тенденции.

Facebook Analytics

Социалната мрежа анонсира и важни обновления на своята платформа за анализ на потребителското поведение през различни комуникационни канали и устройства. Ъпдейтите ще позволят на компаниите да оценяват по-добре действията на своите потребители и да автоматизират тяхното управление. Това от своя страна ще им даде възможност да оптимизират своите предложения, отговаряйки по-прецизно на желанията на клиентите си.

НОВА ЗВЕЗДА НА ИТ ХОРИЗОНТА

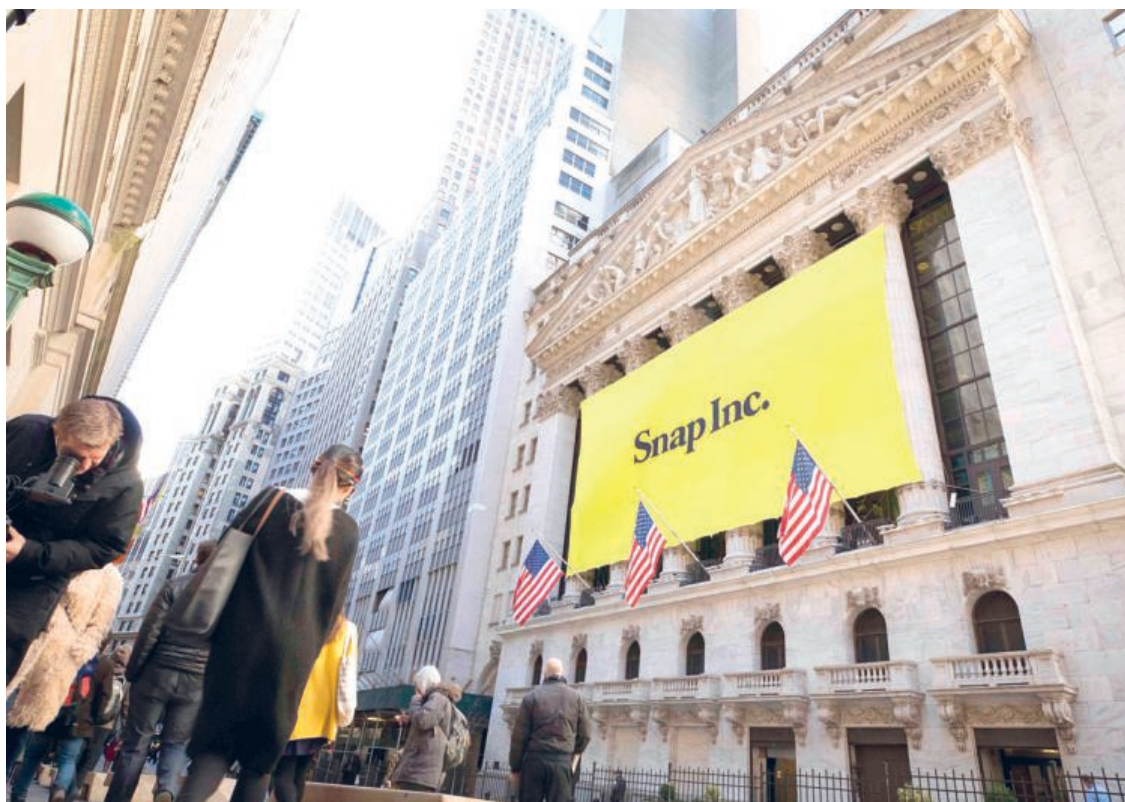


Фото: Twitter NYSE

Листването на Snap на Нюйоркската фондова борса предизвика фурор, но тепърва ще видим ще успее ли компанията да задържи възходящата вълна

автор: **Александър Александров**

Собствеността на много от популярните днес онлайн услуги и приложения може да бъде проследена до пет компании. Microsoft притежава Windows, Skype, търсачката Bing, социалната мрежа LinkedIn, очилата HoloLens, фамилията системи за управление на бизнеса MS Dynamics, гейм конзолите Xbox и популярната игра Minecraft. Google е собственик на YouTube, пощата Gmail, картографските услуги Google Maps и Google Earth, браузъра Chrome, автономни автомобили, мобилната платформа Android и екосистемата около нея. Facebook, от своя страна, придоби шлемовете за виртуална реалност Oculus и държи три от най-популярните чат месинджъри Instagram, Messenger и WhatsApp. Apple е създател на фамилията компютри Mac, iTunes, Apple Music, смартфоните iPhone, таблетите iPad и цялата екосистема от приложения около тях. А Amazon притежава фамилията устройства Kindle и Kindle Fire, облачната платформа Amazon Cloud Services, платежната система Amazon Payments, сайта за гейм стрийминг Twitch, домашния асистент Echo и какво ли още не.

Ако добавим гиганта за електронни аукциони eBay заед-

но с PayPal, китайския конгломерат Alibaba и може би оператора Verizon, който наскоро придоби активите на Yahoo и AOL, виждаме, че голяма част от технологичните услуги са концентрирани в няколко основни играча.

Парадоксално е, но въпреки динамичното развитие на технологичния сектор, много трудно нова компания достига до пазарна капитализация и влияние, измеримо със споменатите по-горе. Напоследък това се опитват да направят няколко фирми от новия сегмент на т.нар. „икономика на споделянето“ (sharing economy) като Uber и Airbnb, но те все още са далеч от възможността да се мерят с Google, Facebook и компания.

Затова и когато в началото на март стартъпът Snap, собственик на чат приложението Snapchat, осъществи своето първично публично предлагане на акции (IPO), то съвсем логично привлече вниманието на ИТ бранша. Въпросителните около листването бяха много: ще успее ли дружеството да набере търсения капитал, ще опровергае ли слуховете за нов „dot com“ балон и най-вече - ще видим ли зараждането на нов гигант в този сегмент? И макар все

·
·
·
·
·
·
·
·

СЛЕД ЛИСТВАНЕТО СИ НА БОРСАТА SNAPCHAT ИЗГЛЕЖДА ИМА ПОТЕНЦИАЛА ДА СЕ ПРЕВЪРНЕ В ПОРЕДНАТА МОГЪЩА ТЕХНОЛОГИЧНА КОРПОРАЦИЯ. ПЪРВО ОБАЧЕ ТРЯБВА ДА ОПРАВИ СОБСТВЕНИТЕ СИ ПРОБЛЕМИ

още да е рано за категорични отговори, повечето анализатори са на мнение, че листването е преминало успешно и вече се определя като най-голямото технологично IPO през последните години – от първичното публично предлагане на Facebook през 2012 г. насам.

Snap е листнала 200 милиона акции на Нюйоркската фондова борса при цена от 17 щ. долара за акция, като предварителните планове са били за между 14 и 16 щ. долара за ценна книга. Компанията е привлякла общо 3.4 млрд. щ. долара, достигайки пазарна капитализация от 24 млрд. щ. долара, което е около два пъти повече от основния й конкурент Twitter. При това тя си е поставила за цел оценяване между 19.5 млрд. щ. долара и 22.3 млрд. щ. долара, което показва, че първичното публично предлагане е надминало очакванията й.

Някои анализатори вече посочват, че компанията е можела да продаде своите акции и на по-висока цена, като добави над 1 млрд. щ. долара повече към пазарната си капитализация. Въпреки подобни спекулации обаче листването може да се нарече успешно и вече направи десетки ранни акционери в приложението милионери буквално за един ден.

Съоснователите на стартапа Евън Шпигел и Боби Мърфи пък са продали общо по 16 милиона акции на стойност 272 млн. щ. долара. Към момента Шпигел разполага със 17-процентен дял от компанията, оценяван на 4.05 млрд. щ. долара.

Като вероятна причина за успеха на IPO-то някои анализатори посочват перфектния тайминг и факта, че листването на технологични компании беше достигнало своя минимум през последните месеци, а 2016 година се превърна в най-слабата в това отношение от 2008 г. насам. Което съвсем логично прави инвеститорите гладни за нови възможности.

Мнозина очакват успехът на Snap да доведе и до нови борсови дебюти на други големи технологични играчи. Мислете си за Dropbox, Spotify и може би дори Uber или Airbnb. Тези компании отдавна са достигнали статута на „еднорози“ (unicorns - стартапи с пазарна оценка от над 1 млрд. щ. долара, постигната чрез рисково инвестиране) и

за тях вече беше измислено наименованието „децирози“ (decacorns – стартиращи фирми с капитализация от над 10 млрд. щ. долара). Те вече са прекалено големи, за да бъдат придобити от Google, Microsoft или Facebook, както и за привличане на нови дялови инвестиции и изглежда, че единственият път пред тяхното развитие е именно листването на борсата.

Притесненията около публичното предлагане на Snap и бъдещето на компанията обаче също не липсват. Тя продължава да показва неспособност да печели устойчиво и все още унищожава огромни количества кеш за поддържане на своите операции. Не е ясно доколко това ще се промени след новопривлечената ликвидност. В добавка нейното приложение Snapchat се сблъсква със сериозна конкуренция от страна на Facebook и други големи играчи, които често копират неговите функционалности. Структурата на управление пък запазва целия контрол в основателите на компанията, а новите акционери имат много малко лостове за влияние, ако нещата се объркат.

Въпреки това мнозина са оптимисти за бъдещето на Snapchat, посочвайки, че със своя фокус върху изображението приложението се радва на голям интерес от страна на младежката аудитория, която тепърва ще увеличава своята тежест. Освен това то не страда от основния проблем, който Facebook имаше в месеците след своето листване на борсата – невъзможност да печели от своите мобилни потребители. Snapchat е създадено специално за използване през мобилни устройства и не се налага да мигрира към тази среда.

Налага се въпросът: доколко създателят на приложението Евън Шпигел, сочен от мнозина за визионер без аналог сред по-младото поколение предприемачи, е способен да открие устойчивия път за развитието на компанията. И да избегне съдбата на други не по-малко перспективни личности от бранша като съоснователя на Twitter Джек Дорси. Пускането в края на миналата година на слънчевите очила с камера Spectacles, които публикуват директно видео в Snapchat, показва, че компанията търси начини да разшири своето влияние в нови сегменти. Все още обаче е прекалено рано да се прогнозира дали тя ще успее да го постигне и евентуално да се нареди сред гигантите, които определят бъдещето на технологичния сектор.

ВСЕ ПОВЕЧЕ
КОМПАНИИ
СЪЗДАВАТ СВОИ
ПРОГРАМИ, ЗА
ДА ПРИВЛИЧАТ
ПЕРСПЕКТИВНИ
СТАРТИРАЩИ
ФИРМИ. ОСТАВА
ПОД ВЪПРОС
ОБАЧЕ ДАЛИ ТАЗИ
ПРАКТИКА НОСИ
УСПЕХ



ЗА ИЛИ ПРОТИВ КОРПОРАТИВНИТЕ СТАРТЪП АКСЕЛЕРАТОРИ

автор: Александър Александров

Те преобърнаха представите за стартиране на бизнес през последните години. Стартъп акселераторите са новият двигател на тази екосистема, а най-известните сред тях като Y Combinator, 500 Startups, Techstars и Angelpad са притегателен център за хиляди начинаещи предприемачи от целия свят, които се опитват да се включат в програмите им. Сред компаниите, създадени и излезли от подобни акселератори, пък са имена от ранга на „облачната“ услуга Dropbox, платформата за споделяне на жилища Airbnb, новинарският портал Reddit, платформата за лесно създаване на сайтове Weebly, както и тази за споделяне на времето TaskRabbit.

Подобни акселераторски програми вече има в почти всички краища на света, включително САЩ, Европа, Индия, Азиатско-Тихоокеанския регион, дори Кения и други африкански страни. Сред най-големите европейски акселератори се нареждат лондонските Seedcamp и

Springboard, парижкият Le Camping, Seedrocket в Барселона, Rockstar в Амстердам, Axel Springer Plug and Play в Берлин, естонският Startup Wise Guys, както и гръцкият OpenFund. У нас съществуват две акселераторски програми – на фондовете LAUNCHub и Eleven, както и един преакселератор – този на предприемаческата организация Start It Smart.

Какво все пак представляват

Акселераторите са динамични програми, които предоставят на участващите в тях стартиращи фирми определена инвестиция, офис пространство и други логистични услуги, обучение и менторство от опитни предприемачи. В замяна най-често получават малък дял от стартиращите проекти. Обикновено са създадени от опитни предприемачи и рискови инвеститори, а сред менторите в тях са някои от най-разпознаваемите имена в сферата на технологиите и други браншове. За инвестиционните фондове този тип програми са изклю-



чително полезни, защото играят ролята на своеобразен „лакмус“, подбиращ наистина стойностните проекти, в които след това често се включват по-големи инвеститори. За предприемачите без опит пък са много добра възможност да получат подкрепа в много ранен етап от своето развитие.

Големите корпорации се включиха в играта сравнително бързо. Осъзнавайки потенциала на много стартиращи фирми да преобърнат индустриите, в които функционират, те откриха в акселераторите удобна форма за привличане на част от този иновативен капацитет и талант. Затова и през последните няколко години станаме свидетели на появата на десетки акселератори, създадени от корпоративни играчи. Подобно на традиционните програми, те също предоставят инвестиция, подкрепа и менторство срещу малък дял от проектите. Най-често са фокусирани в конкретна индустрия и участващите в тях стартапи са свързани с решаването на проблеми, характерни за нея.

Такива програми вече имат производителят на самолети Airbus, европейските телеком групи Deutsche Telekom AG, Telefonica и Telecom Italia, както и американските AT&T и Sprint, производителят на лекарства Bayer и развлекателният гигант Walt Disney. Банките също са сред активните сектори при създаването на корпоративни акселератори, опитвайки се по този начин да се включат в новата вълна на fintech услугите, която заплашва да ги изхвърли от пазара. Подобни програми имат гиганти като BNP Paribas и Citigroup, както и картовият оператор Mastercard. Сред първите компании, които създадоха собствени акселератори, разбира се, бяха технологични гиганти като Google, Yahoo!, производителят на процесори Intel и на мрежово оборудване

Cisco Systems.

Защо го правят?

Корпорациите създават свои стартап програми преди всичко за да държат под око новостите в своите браншове и да си гарантират участие в проекти, които имат потенциала да повлияят на техния бизнес. В добавка много от тях използват подобни акселератори за маркетингови цели, създавайки си ореол на иновативни и футуристични организации. Някои големи корпорации използват и други методи за постигането на същите цели. Те например организират конкурси за разработката на приложения, вътрешнофирмени стартап инициативи и др.

Днес компаниите, независимо колко са големи, не са застраховани от пазарен крах в резултат на технологичните промени в своите браншове и много от ръководителите осъзнават това.

В зората на бизнеса с мобилни телефони например, водещите производители на такива устройства бяха Nokia, Motorola, Siemens, Ericsson и Alcatel. Днес всички те са извън играта, а лидерските позиции се заемат от съвсем други играчи. Какъв по-показателен пример, че дори в най-иновативните браншове утвърдените играчи могат да бъдат изхвърлени от надпреварата под въздействието на технологичните промени. Затова и е напълно логично големите компании да използват своите кешови резерви, за да ангажират стартапите с проблемите си, привличайки иновативен потенциал и хора с нов начин на мислене. Не на последно място по този начин компаниите стимулират предприемаческата култура в собствените си екипи. Типичен пример в това отношение е Google, която позволява на служителите си да стартират нови бизнес начинания и дори ги подкрепя срещу малък дял от проектите.

Не всичко обаче е розово

и към момента корпоративните акселератори все още не са се доказали като успешен модел. Нещо повече – през последните месеци се наблюдава забавяне в този сегмент и не една или две такива програми вече се оценяват като неуспешни. При това – в момент, когато традиционните акселератори, създадени от рискови инвеститори и серийни предприемачи, продължават да набират скорост.

Причините за неуспеха може да са много. Като цяло стартиращите фирми са изключително гъвкави, често хаотични и неорганизирани. Те се движат на съвсем различна скорост от тежките корпоративни структури с установени практики и стандарти. Това понякога усложнява комуникацията между двете страни. В добавка, липса на опит сред корпоративните ръководители в сферата на рисковото инвестиране и правилното оценяване на стартапите понякога пречи да бъдат избрани най-добрите възможни участници в програмите. Освен това този тип начинания често се оказват под натиск от страна на акционерите, които очакват възвръщаемост сега и не се интересуват от инвестиции в иновации, обещаващи след време да променят света. Каквито и да са причините, корпоративните стартап програми все още са далеч от своето утвърждаване и само времето ще покаже дали са устойчив модел, способен да „влее свежа кръв“ в големите организации и да съхрани техните пазарни позиции.



ЩЕ ПОТЪНЕ ЛИ TOSHIBA ЗАРАДИ WESTINGHOUSE

автор: Владимир Митев

В края на март гигантът в бизнеса с ядрени централи и гориво Westinghouse обяви фалит. Като причина бяха посочени нарасналите разходи по изграждането на четири АЕЦ-а в САЩ и неоправдания залог, че в света ще настъпи „ядрен ренесанс“, т.е. ще има завръщане към ядрената енергетика.

Банкрутът на Westinghouse е тежък удар по неговия собственик – японската корпорация Toshiba. Тя обяви загуба от 9,2 млрд. долара за фискалната година, завършила през март 2017 г. Засилват се съмненията дали Toshiba би могла да оцелее като компания. Корпорацията вече пристъпи към отделяне на бизнеса си в 4 дружества, които ще бъдат управлявани от холдинга.

Японският конгломерат е основан преди 142 години. Тогава той е натоварен от японското министерство на инженерството да развие нужното оборудване за изграждане на телеграфна система в Страната на изгряващото слънце. През 1985 г. Toshiba създава T1100 – „първият лаптоп за масовия пазар в света“. Освен това има традиции в производството на телевизори и компоненти за компютри. През 2006 г. японската корпорация купи базирания в предградие на Питсбърг, САЩ, Westinghouse за 5,4 млрд. долара.

Само че преди две години Toshiba обяви, че спира да прави телевизори. Сега ядреният бизнес на компанията е във фалит и сферите, в които японският технологичен гигант все още действа успешно, са продажбите на лаптопи, компютърни аксесоари, твърди дискове и телефонни системи.

Самата компания Westinghouse има не по-малко славна история от Toshiba. Тя е основана през 1886 г. от Джордж

Уестингхаус, изобретател и конкурент на Томас Едисън. Сред технологичните успехи на Westinghouse е създаването на въздушните спирачки за железницата и откриването на променливия ток. Благодарение на последното постижение става възможна електрификацията на света. В своите добри времена фалиралният американски гигант десетилетия наред е бил считан за напълно равнопоставен по мощност и иновативност на General Electric, Microsoft и Apple.

В свой репортаж от централата на Westinghouse в Пенсилвания след фалита, вестник Pittsburg Post разказва как главният мениджър – Хосе Еметерио Гутиерез, е тръгнал на обиколка из различните поделения на компанията, за да успокои работниците, че компанията продължава да има бъдеще, независимо от банкрута си. Само в района на Питсбърг служителите на дружеството са 4500.

Питсбъргският вестник припомня, че изграждането на четири блока в два американски щата – Джорджия и Южна Каролина, е било забавено и те са стрували милиарди долари повече от очакваното. Той добавя и символичен детайл от централата край Питсбърг – че там на много места могат да се намерят японски сувенири, играчки, ветрила с отпечатани логота на Westinghouse и Toshiba. Сред различните артефакти с японски произход е и подарък от стоманодобивна компания, който представлява скулптура на мечка, захващаща риба. Надписът под сувенира е „За дълготрайно партньорство“.

Японското партньорство с Westinghouse се намира също във време разделно след фалита. Toshiba вече обяви, че финансовите загуби, свързани с фалита, намаляват нейните активи и водят до намаляване на рейтингите, давани от агенциите за кредитен рейтинг. Това води до влошаване

на ситуацията с дълговете на японския конгломерат. Базиранията в Токио компания обяснява и че има нужда да получи специален лиценз за строителен бизнес от японското правителство, но той се издава на базата на определени финансови критерии, които сега може да не бъдат покрити. В крайна сметка Toshiba заявява, че „фактическите събития и условията, в които компанията се намира, повдигат сериозни съмнения за способността ѝ да продължи като работещ концерн“.

Нищо чудно и че различни азиатски технологични компании вече предявяват оферти за купуване на определени подразделения на Toshiba. Тайванският гигант Foxconn – най-големият производител на електроника в света, обяви намерения да купи отделението на японската компания за чипове. Предложението е на стойност 26,99 млрд. долара. Алтернативна оферта за същия бизнес идва от южнокорейската фирма SK Hynix и от производителя на чипове Broadcom. Тя е за 17,98 млрд. долара.

Междувременно Korea Electric Power Corporation (KEPCO) изяви в края на март намерения да купи Westinghouse. Корейското дружество заяви, че ще изчака с конкретната си оферта момента, в който се изясни размерът загуби на Westinghouse, а и как политиките в Южна Корея и САЩ ще погледнат на подобно придобиване. Тази година южнокорейският президент Пак Гън Хе бе свалена от своя пост по обвинения в корупция и за момента това създава политическа неопределеност в страната.

От друга страна, според анонимен служител от администрацията на Доналд Тръмп, цитиран от Ройтерс, банкрутът на Westinghouse е „грижа“ за американския президент и потенциална тема от значение за националната сигурност. Световната новинарска агенция добавя, че са в ход интензивни разговори между американското и японското правителство.

KEPCO е държавна южнокорейска компания. Тя е един

от едва няколко играчи на пазара на ядрени технологии със световни амбиции. Самата KEPCO обаче е затънала в дългове, съобщава Reuters.

Reuters смята, че би било по-лесно да се продадат печелившите подразделения на Westinghouse – например тези за ядрено гориво и управление на реактори, вместо да се продаде цялата компания заедно със задълженията ѝ. Всеки от вариантите обаче предполага огромна юридическа работа по уреждане на правните аспекти зад подобна сделка. Това е процес, който според агенцията може да отнеме години.

„Във Франция бе извършена рекапитализация и реструктуриране на бизнеса с ядрени реактори на националния гигант Areva. Този процес обаче се сблъска с поредица от проблеми и надхвърляне на планираните разходи. Френският план бе договорен през юли 2015 г. след месеци преговори. Близо две години по-късно, той все още не е реализиран изцяло“, припомня Reuters.

„Фалитът на Westinghouse няма да спаси Toshiba“, обяснява в свой анализ колумнистът на Bloomberg Дейвид Фиклинг. Според него надеждата на инвеститорите в Toshiba е, че банкрутът ще позволи част от задълженията на компанията да се прехвърлят към други страни. Фалитът може да реструктурира част от дълговете в тяхна полза форма, но при положение, че длъжниците на Westinghouse се чувстват в силата си, очевидно за Toshiba идват трудни времена. Японската компания определено извърши неуспешна инвестиция, купувайки американското дружество – сделка, довела до милиардни загуби през годините.

В този момент си струва да си припомним, че само преди няколко години в България се дискутираше изграждането на ядрен блок от Westinghouse. Какво ли би станало, ако София бе дала зелена светлина на ядрения проект на един световен колос, който днес е на колене?



ДВЕТЕ ЛЕГЕНДАРНИ ФИРМИ СЕ СБЛЪСКВАТ С ТЕЖКИ ФИНАНСОВИ ПРОБЛЕМИ, КОИТО ВЕРОЯТНО ЩЕ ДОВЕДАТ ДО ПРЕНАРЕЖДАНЕ НА КАРТАТА НА СВЕТОВНИЯ БИЗНЕС В СФЕРАТА НА ИНОВАЦИИТЕ И ЯДРЕНИТЕ ЦЕНТРАЛИ

КИБОРГИТЕ НОВАТА СТРАСТ НА ИЛЪН МЪСК

автор: **Александър Александров**

Ако заселването на Марс и създаването на свръхзвук наземен транспорт не ви се струват достатъчно амбициозни цели, тогава какво би било? Серийният предприемач Илън Мъск има отговор на този въпрос – свързването на хората с машините и управлението на компютрите и телефоните с мисъл. А ... и може би откриването на метод за лечение на паркинсъня между другото.

Поредната нова компания на милиардера, известен като основател на PayPal, Tesla и SpaceX, се нарича Neuralink и е фокусирана върху разширяването на възможностите на нашите мозъци чрез свързването им с машините. Така след създаването на алтернативна система за електронни разплащания, усвояването на близкия Космос с по-евтини частни космически кораби и превръщането на електрическите автомобили в достижим лукс, Мъск възнамерява да ни даде средство да комуникираме с компютрите направо с мисъл и може би - разширяване на мисловния ни капацитет.

Новосъздадената фирма ще се опита да постигне това, като заложи на технологичната концепция „интерфейс мозък – компютър“ (т.нар. Brain Computer Interface, или BCI). Както вече сме писали в сп. „Икономика“, тази перспективната технологична област има за цел да премахне мишките и клавиатурите, позволявайки на компютрите да разпознават нашите мисли. Съществуващите решения от този тип залагат на системи от електроди, които улавят електрическите импулси на мозъка, и софтуер, който дефинира тяхното значение. Мъск обаче смята да достигне дори по-далеч и залага на имплантиране на миниатюрни електроди в главите. Дали новият му проект Neuralink може да създаде такава технология, която да е безопасна, и дали тя ще бъде приета от обществото ни обаче тепърва предстои да видим.

Истината е, че визионерът отдавна говори за перспективите, които може да ни донесе

обединяването на
човека и машината

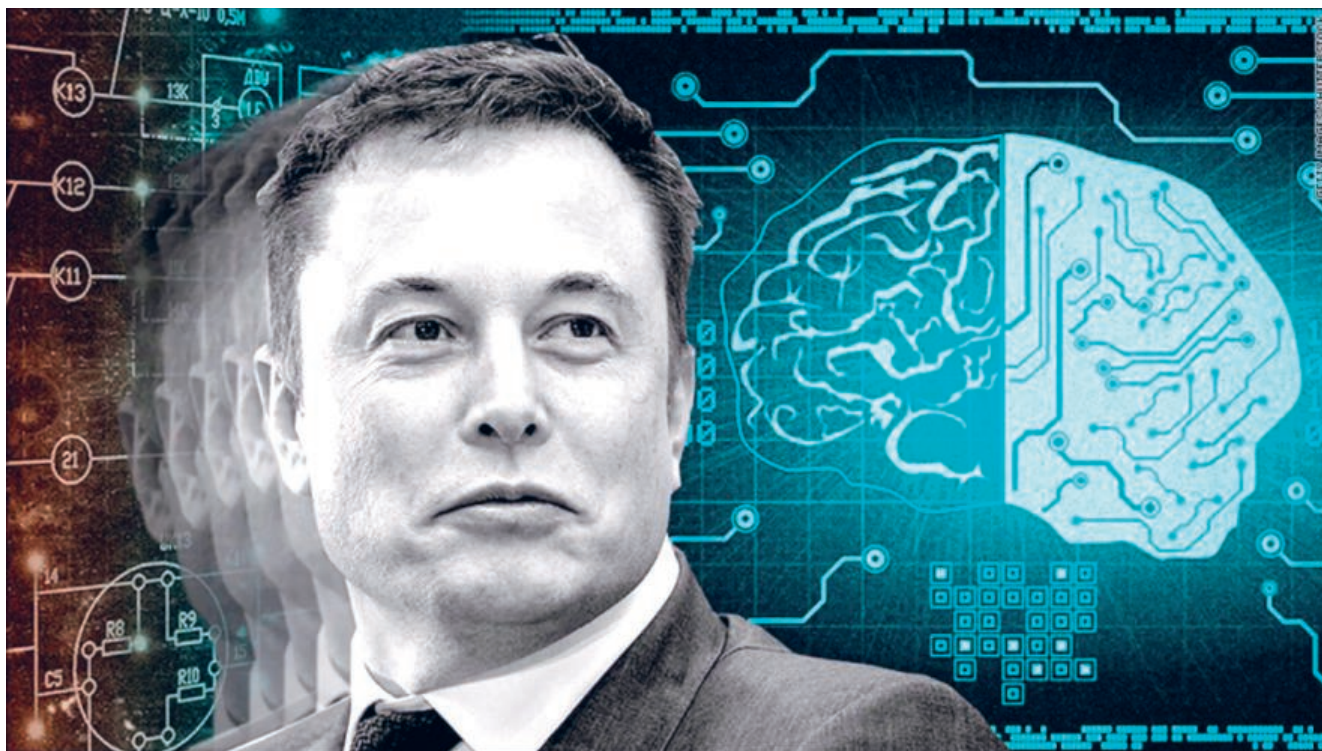
Припомняме, че още преди около година, по време на

конференцията Code, той привлече вниманието на аудиторията със своята визия за т.нар. неврални връзки (neural lace), които ще бъдат хирургически свързани с човешкия мозък и ще позволяват на хората да взаимодействат с компютрите посредством своите мисли, премахвайки нуждата от клавиатура и да е съществуващи днес физически методи за подаване на команди към компютъра. През януари Мъск заяви в своя Twitter канал, че предстои да анонсира концепцията за неврални връзки съвсем скоро. В края на миналата година пък той заяви при едно свое публично участие в Дубай: „Смятам, че с времето ще видим по-тясно обединение на биологичната и дигиталната интелигентност“, добавяйки, че всичко е въпрос на честотен диапазон и скорост на връзката между мозъка и неговата дигитална версия.

Идеите зад Neuralink може и да ви звучат като фантастика. Запознатите с методите на Мъск обаче припомнят, че създаването на толкова амбициозна компания е в унисон с досегашната практика на милиардера да стартира нови проекти, насочени към големи и впечатляващи дългосрочни цели. Именно на този подход предприемачът дължи и своята харизма на технологичен визионер. Сред целите, които си е поставил, са още създаването на свръхзвук наземен транспорт, тунели за автомобили под градовете, масово използване на слънчева енергия и дори изграждане на човешка колония на Марс. И макар към момента повечето от тези начинания да са в много ранен етап, някои от тях като Tesla Motors и SpaceX се развиват доста успешно. А и никой не може да отрече успеха на първия по-значим проект на Мъск – PayPal, който предприемачът основава през 1998 г. заедно с Питър Тийл и още няколко съоснователи и продава на eBay четири години по-късно за 1.5 млрд. щ. долара. Днес системата се използва от стотици милиони потребители по света и на практика проправя пътя на цял един нов бранш – този на финансовите технологии (fintech).

Въпреки това свързването на човешкия мозък с компютъра си остава предизвикателство дори за човек с размах на Илън Мъск. Първоначално Neuralink ще се насочи към решаването на някои медицински проблеми, свързани с лечението на болести на мозъка, сред които различни депре-

МИЛИАРДЕРЪТ СЪЗДАДЕ КОМПАНИЯТА
NEURALINK, ЗА ДА ПОЗВОЛИ НА ХОРАТА ДА
УПРАВЛЯВАТ МАШИНИТЕ С МИСЪЛТА СИ



сии, епилепсия и може би дори паркинсон. Целта е по този начин новият проект да си осигури по-лесно одобрение от страна на регулаторните органи и на обществото като цяло. И да получи отправна точка за следващата по-мощна цел – разширяване на възможностите на човешкия мозък.

Истината е, че Brain Computer Interface технологии вече съществуват отдавна. Авторът на тази статия също е изпробвал на няколко пъти такива експериментални устройства по време на технологични конференции. Повечето концепции обаче работят чрез външни електроди, които се поставят на главата. А технологии, включващи хирургическото имплантиране на електроди в мозъка, все още са обект главно на фантастичните филми и романи. И макар че вече има няколко такива експерименти в областта на медицината, все още много малко хора в света реално имат импланти в главите си. Основният проблем е, че лекарите все още

НЕ СА ДОКАЗАЛИ НАПЪЛНО БЕЗОПАСНОСТТА

на този подход. Или с други думи – ние все още знаем прекалено малко за нашия мозък, за да го превръщаме в част от дигитална комуникационна мрежа. Дори и когато става въпрос за много сериозни заболявания, имплантирането на електроди се избира само от пациенти, при които всякакви

други опции за лечение не са постигнали желаните ефекти.

Не на последно място, самото приемане от обществото на подобна технология също е под въпрос и днес малцина са убедени, че имплантирането на електроди в мозъка е добра идея. Мъск отговаря на критиците, че ние всъщност отдавна сме киборги, макар и да не го осъзнаваме. Всички разполагаме с малки електронни придатъци към телата си, които имат процесор, батерия и антена и са винаги с нас. Те ни позволяват да достъпваме информация за секунди и да комуникираме в реално време с целия свят. А това, че тези придатъци не са част от тялото ни, не е от толкова голямо значение и тяхното имплантиране е просто логичната следваща стъпка.

Според основателя на Tesla, човечеството трябва да направи тази стъпка, ако иска да се конкурира успешно с изкуствения интелект, когато той се появи на сцената. Визионерът още преди повече от година обяви, че вижда в умните машини потенциален риск за съществуването на хората и че може би единственият полезен ход, с който разполагаме, е ние самите да подобрим своята памет и мисловния си капацитет чрез дигитализация. Друг е въпросът дали този мисловен капацитет не може да бъде подобрен и по други начини, при условие, че днес така или иначе използваме много малък процент от него.

ВОДОРОДНИТЕ САМОЛЕТИ

ОТ ГЕРМАНИЯ ПРЕЗ ЩАТИТЕ И КИТАЙ,
НАЗАД ДО СЪВЕТСКИЯ СЪЮЗ
СЕ РАЗРАБОТВАТ ИЛИ СА БИЛИ
СЪЗДАВАНИ ПРОТОТИПИ НА ЛЕТАТЕЛНИ
СРЕДСТВА, КОИТО ОТДЕЛЯТ ПРИ ПОЛЕТ
КАТО ОТПАДЪК ЕДИНСТВЕНО ВОДА

Четириместният
прототип HY4



Фото <http://hy4.org>

автор: Владимир Митев

В началото на 2017 г. Китай стана поредната страна, която успешно тества самолет, задвижван с водородно гориво, съобщи китайското министерство на науката и технологиите. При първия си полет прототипът достигнал височина от 320 м, като не отделил никакви замърсяващи газове. Енергийното захранване на самолета е било извършвано чрез водородни горивни клетки с обща мощност 20 kW. Той е ползвал комбинация от горивни клетки и литиеви батерии при излитането и изкачването си, а по време на полета е разчитал изцяло на водородното гориво.

По света от години се работи в посока водородна икономика, като успехите в сферата са различни. Вече има

например освен автомобили, захранвани с горивни клетки, и влакове, кораби и дори трактори. Що се отнася до самолетостроенето, надеждите за бъдещи водородни самолети са свързани с факта, че така ще отпадне голям източник на замърсяване на въздуха – сегашните самолети. Според доклад на сп. National Geographic от 2015 г. самолетите са изхвърлили 700 млн. тона въглероден диоксид във въздуха през 2013 г. До 2050 г. се очаква количеството замърсяване от този вид да се утрои. В същото време водородните самолети отделят като отпадък... вода.

Затова успехите в тази област привличат световното внимание. Още през 2016 г. компанията EasyJet обяви, че извършва тестове на свой водороден самолет, който е раз-



Водородният самолет
на Boeing Phantom Eye

работила съвместно с известния с напредничавите си идеи университет „Кранфийлд“.

През септември 2016 г. над Щутгарт се издигна четири-местният прототип HY4, който бе захранван с водород и литиева батерия. Това е проект на малкия авиопроизводител Pipistrel, на производителя на горивни клетки Hydrogenics, на експертите по хибридни технологии в Университета на Улм и на изследователи от Института по инженерна термодинамика на Германския аерокосмичен център.

Полетът на прототипа продължи 15 минути. Според съобщенията в медиите максималната скорост, която може да развие, е 200 км/ч, а дължината на полета може да достигне 1500 км. Всяко от двете сопла на HY4 съдържа по 9-килограмов резервоар с водород, който захранва четири горивни модула, работещи на ниска температура. Те превръщат водорода и кислорода във вода и електричество.

Принципът на действие на водородните самолети е да бъдат хибриди между горивни клетки и акумулатори. Горивната клетка смесва водород и кислород, при което протича контролирана експлозия. Това създава електричество, задвижващо двигателя на самолета и завъртащо перките на неговите крила. Батерията осигурява допълнителната енергия, необходима за излитане и набиране на височина. Отпадъкът е водна пара. Тя обаче би могла да бъде задържана в самолета и използвана повторно.

Според преподавателя в Университета в Единбург Стивън Салтър водородът е добро гориво от гледна точка на тегло, но заема голям обем. При положение, че в пътническите самолети горивото се носи най-вече в крилето, няма как да се инсталира компресиран или течен водород, без да се промени напълно дизайнът на целия самолет. Космическата совалка например е ползвала водород, но тя не е пътнически самолет и го е пренасяла в голям външен ре-

зервоар в първите минути от полета си.

Водород е използван при въздушния транспорт още преди Втората световна война. Легендарните целелини, свързвали Европа със САЩ, са били пълнени с водород, за да могат да се носят над Атлантическия океан. Трагедията с целелина „Хинденбург“, който изгаря над Ню Йорк, спира този вид полети. Тя настъпва, след като при рязка маневра и силен страничен вятър едно от металните въжета на возилото пробива балона, започва изтичане на водород и припламва искра, довела до пожара.

Салтър обаче припомня, че 64% от пътниците на „Хинденбург“ са се спасили. Жертвите са били сред онези, които са скочили, докато той е пламтал във въздуха, а не са вследствие на изгаряне. „Катастрофите на съвременни самолети са много по-смъртоносни“, констатира британският учен.

Историята на водородните самолети помни и значимо съветско участие. На 15 април 1988 г. съветският прототип Tu-155 прави своя първи полет. Тестовите му продължават до края на Съветския съюз (през 1991 г.). Дотогава са проведени 100 полета. Самолетът е задвижван с водородно гориво, а впоследствие – с втечен природен газ. Той използва криогенни технологии, за да складира гориво. Резервоарът му с водород е в задната част на прототипа. Днес самолетът се съхранява на летище „Раменское“ близо до град Жуковски.

Прототип с водородни технологии е създаден и Boeing. Според изследване на Пенсилванския държавен университет от 2006 г. големите търговски водородни самолети ще се появят до 2020 г., но може би няма да бъдат използвани още поне 20 години. За малки самолети с ниски нужди от гориво и енергийно захранване изглежда вече само небето е лимитът.

КАК КИТАЙ СЕ ОТКАЗА ОТ ГЛОБАЛНА МОРСКА ДОМИНАЦИЯ

И КАКВИ ПОУКИ МОЖЕМ ДА СИ НАПРАВИМ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ИКОНОМИКАТА В ГЛОБАЛИЗАЦИЯ СЕ СВЯТ ДНЕС

автор: **Александър Александров**

Представете си свят, в който световните морски пътища са доминирани от Китай, европейските държави векове наред страдат от набезите на китайски бойни кораби по бреговете си, Испания и Великобритания така и не получават шанс да се превърнат в колониални империи, а Европа не е преживяла епохата на Великите географски открития и до нея не са достигнали богатствата на Америка и Индия. В добавка САЩ, Австралия и Канада не съществуват като държави, а техните територии все още са населени от своето коренно население.

Точно така можеше да изглежда светът, ако преди около шест века политическият елит на Китай не беше взел едно недалновидно решение, оказало осезаемо влияние върху цялото развитие на цивилизацията ни до днес.

Могъщата Златна флотилия

Причината да допуснем горния сценарий е, че през XIV и XV век Поднебесната империя е разполагала с най-голямата флотилия в света, която в своя апогей е наброявала 3500 кораба. Наричали са я Златният флот и е създадена от генерал Джън Хъ. Под негово ръководство китайските кораби са предприели седем мащабни морски експедиции, достигайки чак до Индийския океан, а според някои източници – и до Африка.

Фактът, че за тази флотилия се знае наистина малко, сам по себе си е странен и ни пречи да оценим нейния мащаб за тогавашната епоха, както и това, че с нея Поднебесната империя е можела да има на практика пълно господство в световните океани, без никой да е в състояние



Фото Wikipedia

Модел в оригинален размер на един от корабите от китайската златна флотилия, разположен в Нанджин – старата китайска столица и роден град на генерал Джън Хъ



Китайски печат на дървени блокчета, изобразяващ корабите на Джън Хъ

да й попречи. Истината е, че 3000 кораба е бройка, срещу която дори обединените сили на най-големите европейски държави трудно би могла да противодейства по какъвто и да е начин.

Броят на плавателните съдове, участвали в рамките на една китайска експедиция например, често е надминавал 300. За сравнение експедицията на Христофор Колумб за откриването на Америка е включвала три кораба, а около-светското пътешествие на Фернандо Магелан е започнало с пет кораба, като в неговия край е останал само един. Като цяло повечето европейски държави по онова време са разполагали с десетки кораби. Една от най-големите и известни морски битки в Европа например – тази при Трафалгар – е сблъскала през 1805 г. 27 британски срещу 33 френски и испански плавателни съда. И освен че е превърнала английския адмирал Нелсън в герой, тя е довела за абсолютното господство на Великобритания по море през следващите сто години. Можем само да гадаем какво би се случило, ако дори една от китайските експедиции с няколко стотин кораба беше достигнала европейските брегове. При това – няколко века по-рано.

В случай че си казвате: бройката няма значение, защото европейските кораби са били модерни и са разполагали с оръдия, ще припомним, че барутът всъщност е измислен в Китай, както впрочем и редица иновации в морското дело.

Самите кораби на Златната флотилия са били много по-големи от своите европейски аналози по същото време. Някои от тях са достигали дължина от 120 метра, като за сравнение корабът „Санта Мария“, с който Колумб е предвождал своята мини флота, е бил дълъг едва 19 метра. Някои китайски плавателни съдове са разполагали с по седем или повече мачти, огромни балкони и луксозни помещения, а екипажите им често са достигали 1500 човека. Всяко сравнение показва, че Китай е имал пълно господство в мореплаването – най-перспективната област за времето си, която именно е определила облика на световната цивилизация и хода на историята през последните няколко века.

Но както всички знаем, Поднебесната империя не се е възползвала от него. Нещо повече – нейната Златна флотилия е унищожена около век и половина след изграждането си от собствените си създатели, по заповед на китайските власти. Или с други думи, самото китайско правителство е решило целенасочено да се откаже от огромното си предимство в морското дело, пропускайки шанса да се превърне в

СВЕТОВЕН ХЕГЕМОН НА ОКЕАНИТЕ

много преди държави като Испания, Португалия и Великобритания дори да си помислят за това. Какво се случва след това, всички знаем – европейската цивилизация заема централно място в политическото и културното развитие на планетата. Процес, който променя картата на по-голямата част от света, води до създаването на десетки нови държави, включително САЩ, Канада, Австралия, Индия, Бразилия и Аржентина, до масов геноцид на цели етнически групи като индианците и до глобално разселване на други като афроамериканците. Китайската империя пък от своя страна по-късно навлиза в период на кризи, довели в крайна сметка до нейното унищожаване.

Колко недалновиден трябва да си, за да имаш толкова очевидно преимущество и да го унищожаш? Обясненията за странното решение са много. Според някои изследователи, китайските експедиции всъщност далеч не са били толкова успешни и богатствата, които са донесли, са били незначителни в сравнение с разходите за създаване и поддръжка на корабите. Освен това основните противници на империята по онова време са били монголите, а флотът не е можел да се използва срещу тях. Териториите, до които корабите са достигнали в Югоизточна Азия и Индийския океан, не са били особено богати и в тях не е имало друга силна морска държава, конфронтацията с която би мотивирала Китай да развива флота си.

Колкото до перспективата за световно морско господство и противопоставяне на големите европейски сили по онова време – никой в Китай не е можел да направи подобен анализ. Местните ръководители просто не са разполагали с достатъчно информация, за да оценят ситуацията в глобален план и да видят предимствата от развитието на флотилията си.

Икономистът и нобелов лауреат от Принстън Ънгъс Дейтън обаче предлага и още едно обяснение на странното решение. В своята книга „Голямото бягство: Здраве, богатство и първоизточниците на неравенството“ той обяснява, че китайският политически елит е заповядал флотът да бъде изгорен, защото се е страхувал от зараждането на нова елитарна прослойка от мореплаватели и търговци, която е щяла да го измести. Може би затова и чиновниците са заповядали не само унищожаването на самите кораби, а и на архивите за техните експедиции, за да не могат те да бъдат повторени в бъдеще.

Така, страхувайки се за собственото си благосъстояние, китайският елит е осъдил империята на затваряне в себе си. Решение, което е оказало влияние на цялата човешка история през следващите векове и е довело до значително ограничаване на китайското влияние в световен мащаб. И от което днес можем да направим редица ценни изводи. Като например, че ако една икономика се затвори в себе си по каквито и да било причини, това вероятно ще доведе до нейния упадък; че дори и да се опиташ да спреш прогреса в собствената си страна, някой друг ще го осъществи в друга точка на планетата; както и че развитието на наглед не особено перспективна нова икономическа или технологична област днес, може да повлияе на благосъстоянието ти за векове напред.

„СИНЯ ИКОНОМИКА“ ОТ СРЕДИЗЕМНО МОРЕ



автор: **Бранислава Бобанац**

След 10 години всеки десети работещ в Кипър ще е зает в „синята икономика“. 80% от всички работни места в нея ще са в морския и крайбрежен туризъм, като техният брой през този период ще нараства значително, отразявайки голямото значение на сектора за развитието на страната. Веднага след него се нарежда морският транспорт и търговското корабоплаване, в чиито ведомости ще е всеки един от шест заети в „синята икономика“.

Сред най-търсените кадри в близкото бъдеще ще бъдат мениджъри на пристанищни съоръжения, оператори на портални кранове, морски адвокати, специалисти по управлението и опазването на морската среда, морски инспектори, квалифицирани работници в областта на аквакултурите и рибарството.

Така вижда „сините професии“ до 2026 г. в Кипър специално проучване на работната сила, разработено и представено от Центъра за развитие на човешките ресурси на Кипър (HRDA). В него се анализира „синята икономика“ в страната, която включва 39 икономически сектора, групирани в 6 основни категории, за да се идентифицират нейните потребности от специалисти в следващия 10-годишен период. Целенасочената подготовка на необходимите кадри, навременното им образование и обучение, придобиването на специални умения и квалификации играе важна роля за

реализиране на огромните възможности, които дава „синята икономика“, подчертаха експертите от центъра при представянето на доклада.

5 години след „Декларацията от Лимасол“

„Синият растеж“ бе един от приоритетите, които Кипър постави както като своя цел, така и като общоевропейска перспектива още през 2012 г., по време на своето председателство на ЕС. През октомври преди почти 5 години най-големият крайбрежен град на острова – морската столица Лимасол, бе домакин на специална министерска конференция по въпросите на интегрираната морска политика на страните членки и нейния принос за изпълнение на целите на стратегията „Европа 2020“ за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж.

Тогава министрите от ЕС приеха политически документ, наречен „Декларация от Лимасол“. Важен акцент в нея бе именно осигуряването на „син растеж“ чрез подкрепа на морските икономически сектори и повишаване на тяхната конкурентоспособност. Подчертано бе, че традиционни и нововъзникващи области – като корабостроене и корабно оборудване, крайбрежен и круизен туризъм, пътнически фериботни услуги, яхтени пристанища, „синя“ енергия от възобновяеми морски и океански енергийни източници, аквакултури, морски минерални ресурси, „сини“ биотехно-



Кипърската синева на Средиземно море – природна красота и бизнес

НАСЪРЧАВАНЕТО НА РАСТЕЖ В ОТРАСЛИТЕ, СВЪРЗАНИ С ПО-ЕФЕКТИВНОТО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МОРЕТАТА, ОКЕАНИТЕ И КРАЙБРЕЖНИТЕ РАЙОНИ, Е СРЕД ПРИОРИТЕТИТЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

създаде 100 000 нови работни места за 10 години – от 2010 до 2020 г. Сред най-бързо развиващите се нововъзникващи сектори е добивът на морски минерални ресурси, който се очаква да нарасне практически от нула на 5 млрд. евро през 2020 г. и до 10 млрд. евро в периода до 2030 г. В периода до 2020 г. „сините“ биотехнологии трябва да започнат да снабдяват пазарите с масови козметични, хранителни и фармацевтични продукти, химикали и биогорива.

Отраслите в „синята икономика“ могат да имат значителен принос за растежа и заетостта, ако се използват пълноценно природните дадености от море и брегова ивица, категорични са експертите. Точна насока за страни като Кипър – обгърнатия от Средиземно море остров, и България, дарена с Черно море.

Кипърският морски клъстер

Третият по големина остров в Средиземно море уверено плава към определения си „хоризонт“ - да се превърне в пример за нова европейска морска политика.

„Кипър има за цел да развие по-нататък „синята икономика“, като поддържа широка гама от конкурентни предимства, ефективни и качествени услуги“, заяви в началото на април министърът на транспорта, комуникациите и благоустройството на Кипър Мариос Димитриадис при откриването на изложение за проучванията за нефт и газ в Източното Средиземноморие. Разработването на газовите находища открива не само енергийна перспектива пред страната, но и увеличава възможностите за развитие на морския транспорт и търговския флот, които трябва да отговорят на нуж-

логии, имат голям, но неизползван напълно потенциал за иновации и растеж на европейската икономика.

Според Европейската комисия сферата на „синята икономика“ осигурява работни места за 5.4 млн. души и допринася с обща брутна добавена стойност в размер на около 500 млрд. евро. До 2020 г. тези показатели трябва да нараснат съответно на 7 млн. души и близо 600 млрд. евро. Крайбрежният и морският туризъм е най-големият, свързан с морето, сектор по брутна добавена стойност и заетост, като се предвижда той да се разшири с 2-3% до 2020 г., сочат данните на ЕК. На круизния туризъм се разчита да

Старият риболовен кораб „Nemesis III“ бе първият, който през декември 2013 г. бе потопен край курорта Паралимни, на източния бряг на острова, за да се превърне в изкуствен риф. Изграждането на изкуствени рифове и развитието на новите защитени морски зони е особено перспективно направление за „син растеж“



Новият риболовен кей на Зиги край Лимасол бе модернизиран с пари от европейските фондове



дите на офшорните дейности със специализирани кораби и оборудване, както и доставка на специализирани поддържащи морски услуги, подчерта министърът. Затова според него „Кипър има потенциал да се развие като важен енергиен, транспортен, търговски и логистичен център в Средиземно море“.

Кипър се нарежда сред водещите морски сили в международен план. Неговият търговски флот е на 10-о място в световен мащаб и трети по големина в рамките на Европейския съюз, като съставлява около 15% от флота на Общността. Корабната му индустрия има значителен дял по отношение на работните места, приходите в бюджета и преките чуждестранни инвестиции – в нея работят около 4500 души на брега и над 55 000 моряци от различни националности, с гордост изброява данните Александрос Йозефидис, заместник генерален директор на Кипърската морска камара (Cyprus Shipping Chamber). Морската индустрия, включително спомагателни услуги, дава 7% от БВП на страната.

С модернизирането на ключовите си инфраструктурни съоръжения, особено след приватизацията на най-голямото пристанище в Лимасол през миналата година, Кипър е настроен да се утвърди не само като ключово звено в регионалния морски трафик и пазари, но и като един от основните транспортни и логистични центрове на ЕС, е общата цел на правителството и бизнеса.

Малката страна цели да „капитализира“ максимално геостратегическото си положение, а също така и статута си на най-източния и единствен член на ЕС в региона на Източното Средиземноморие. С подкрепата на ЕС Кипър може да осъществява проекти за „син растеж“ заедно със съседните страни от Близкия изток в области като круизен туризъм, сътрудничество между пристанища, морска подготовка, смятат в Кипърската морска камара.

Кариера по вода

За успеха на тази политика правителството, бизнесът, изследователски институти и образователни структури работят от години заедно. Създаването на компетентна, образована и обучена работна сила е условие за устойчивостта на морския сектор на Кипър, убедени са те.

„Има голям интерес към бакалавърските и магистърските програми за обучение в сферата на „синята икономика“, както и за участие в свързани с нея научноизследователски международни програми“, обобщава Фотис Панагидис, заместник-ректор на Кипърския технологичен университет в Лимасол. Първото висше училище на острова, въвело обучение по тези перспективни направления, бе домакин на специална международна конференция за „синия растеж“ в края на 2016 г.

Академичният поглед допълва бизнеса с фокуса си върху други аспекти с потенциал за растеж. В „портфолиото“ на университета влизат защита и опазване на морската среда, морски изследвания и технологични иновации, морска наука, морска биология и риболов, морски инженеринг, морска археология, морска архитектура. Гордостта на учебното заведение е, че интердисциплинарни екипи работят заедно по „сини“ изследователски проекти и съвместни образователни програми.



Мачта до мачта – типичен пейзаж от Ларнака



Κιπърската морска академия бе открита през август 2016 г. от министъра на транспорта Мариос Димитриадис (първият вляво). Това е уникален проект, който свързва университети, изследователски центрове и индустрията

За да осигури квалифицирани кадри за морския си клъстер, през август 2016 г. страната стартира Кипърска морска академия – пионерски образователен проект, който гарантира пряка заетост на възпитаниците си в сектора. Тя е под шапката на Университета на Никозия, но обединява усилията на държавния и частния сектор, на научноизследователски звена и бизнеса. Амбициите са академията да се превърне във водещ международен център за обучение за нуждите на корабната индустрия, както и да допринесе за създаването на по-безопасни, по-интелигентни и екологични процеси в „синята икономика“.

„Академията е част от усилията ни да отговорим на нуждите на обществото и тези на пазара на труда, като подготвяме компетентни кадри за търговския флот. Тя е и един пример за ефективното прилагане на „триъгълника на знанието“ – връзката между университети, изследователски центрове и промишлеността има силната подкрепа на Европейската комисия за развитие на висшето образование в европейското пространство“, коментира при откриването ѝ проф. Филипос Пюотас, ректор на Университета на Никозия.

Морски инвестиции

Амбициозните планове на Кипър за развитие на „синята икономика“ са подкрепени от европейско и национално финансиране, като двойно повече средства за тяхното реализиране ще дойдат от европейските фондове през програмния период 2014 – 2020 г. Така например Министерството на земеделието, природните ресурси и околната среда ще получи почти 40 млн. евро от Европейския фонд за морско дело и рибарство, което е двойно увеличение в сравнение със сумата от 19.7 млн. евро през периода 2007 - 2013 г., а заедно с предвидените държавни средства „морските“ инвестиции в този сектор ще стигнат общо 53 млн. евро.



Товарният терминал на пристанището на Лимасол, „морската врата“ на Кипър. Разширяването на морския транспорт и търговия е сред приоритетите на кипърското правителство





Трапезица



Бургас



Аврамово



Сливен

ПРОЛЕТНО ОБНОВЛЕНИЕ



Дряново



Долапите



Царева ливада

Строително-ремонтни групи на НКЖИ извършиха пролетно освежаване и почистване на железопътните гари и спирки в страната. В рамките на кампанията са ремонтирани административни сгради, чакални и перони. Със собствени средства са освежени предгаровите площадки, дограмите, боядисани са пейки, варосани са перонните бордюри и дървета.

Служители на НКЖИ освежиха пространствата на жп гарите: Долна Митрополия, Ореш, Левски, Плевен, Пордим, Сомовит, Бяла, Борово, Долапите, Две могили, Моруница, Разград, Повеляново, Тополите, Габрово, Джулюница, Дряново, Поликраище, РП Соколово, Царева ливада, Ресен, Долно Камарци, Аврамово и други.

Извършени са неотложни частични ремонти (покриви, тавани и стени, смяна на осветителни тела, ремонт на ВиК и елинсталации) на жп гарите: Гаврилово, Калофер, Тулово, Варвара, Якоруда, Зимница и други. На жп гарите Ябълково, Караджалово, Скобелево, Катунца и Поповица е извършена и профилактика и ремонт на помпите в пеше-

ходните подлези.

Изцяло ремонтирана е и жп гара Сливен. Извършеният мащабен ремонт е най-голямата инвестиция с национално финансиране в сграден фонд на компанията през последните години, като средствата са отделени от държавния бюджет за НКЖИ. Стойността на осъществените строителни дейности е в размер на 2 786 110 лв. с ДДС.

Предстои пълното обновяване с европейско съфинансиране по ОП „Транспорт и транспортна инфраструктура“ на жп гарите Нова Загора, Стара Загора, Карнобат, Казичене, Подуене и Искър. Със средства от държавния бюджет ще бъдат ремонтирани жп гарите Ямбол, Шумен, Айтос, Долно Езеро, Стамболийски, Септември, Разград, Лозово.

Сред наскоро ремонтираните е и жп гара Бургас. Един от символите на морския град и любимо място на бургазлии, тя грабна приза „Сграда на годината за 2016“ в категория „Градски проекти с принос към развитието на градската среда и транспортна инфраструктура“.

Инж. Красимир **Панукчийски**, генерален директор на ДП НКЖИ:

Имаме забележително красиви жп гари и спирки. Да ги назим заедно!

Железопътните гари са неделима част от жп инфраструктурата. Те са първото, което виждат пътниците, визитката на жп транспорта.

Национална компания „Железопътна инфраструктура“, като управител на железопътната инфраструктура, стопанисва 297 гари, 379 спирки, 14 разделни постове, сгради на железопътни участъци и четни помещения, сгради на маршрутно-релейни централизации (МРЦ), трафопостове, тягови подстанции, стрелкови кабинни и др.

Голяма част от сградите са построени преди 1980 г. Стремим се с модернизацията им да осигурим комфорт на пътниците, нормална и достъпна среда за лица с намалена подвижност. За нас е важно да подобрим енергийната ефективност на сградите, тъй като имаме значителни разходи за отоплението им през зимния период, за да осигурим комфорт в чакалните за пътниците и удобство за колегите в служебните помещения.

Искам да отбележа, че НКЖИ извършва частични ремонти на гарите в страната ежегодно.

Изпълняваме проекти с национално финансиране за ремонти на по-малките гари, които можем да осъществим в рамките на една година, и да им придадем облик и европейски вид, отговарящ на всички изисквания за енергийна ефективност, комфорт на пътуващите, екологичност.

При изпълнение на договорите за строителство НКЖИ поставя изискване към изпълнителите за поетапно изпълнение на предвидените строително-монтажни работи, така че да не нарушава функционирането на експлоатационните и административни служби в гарите, пряко ангажирани с безопасността на движение на влаковете и обслужването на пътници и товари.

Преди започването на всеки ремонт, компанията одобрява изготвените от изпълнителите: общ строителен план, координационен план за изпълнение на инсталациите, ред и начин за безпрепятствено и безопасно придвижване на пътниците /вкл. лица с намалена подвижност/, осигуряване на обектите с необходимите предпазни средства и напътстваща сигнализация, химически тоалетни и линеен график за изпълнение на отделните видове работи с ясно СМР, чието завършване е задължително преди преминаване на следващите, така че да не спира експлоатационната дейност в гарата.



На първо място ДП НКЖИ поставя безопасността и сигурността на пътниците и товарите, безопасното използване на гарата и околните пространства.

Ние като страна можем да се гордеем със забележително красиви гарови здания, които са обект на възхищение от много чуждестранни туристи и изследователи. След „ренесанса“ на атракционните пътувания напоследък много забележителни с красотата си места ще получат повече внимание от любителите на железопътния туризъм. Не мога да не спомена спирка Аврамово (наречена Алпийската гара на Балканите, където поддръжката е изцяло ръчна поради спецификата на терена), спирка Средна Арда в близост до Кърджали, откъдето се открива прекрасна гледка към яз. „Студен кладенец“, и много други.

НКЖИ със собствени сили и средства поддържа и ремонтира стотици жп гари и спирки, но често само тези усилия не са достатъчни – понякога наши съграждани се държат по гарите като нашественици в неприятелска страна. Необходими са общи усилия да запазим чистотата и приветливия вид на българските жп гари и спирки, за да се радваме на техния особен чар и удобства.



ХИПЕРБАРНАТА МЕДИЦИНА НАБИРА ПРЕДНИНА

ЗДРАВЕ 116

Хипербарното кислородно лечение набира все по-голяма популярност и все по-често се използва в медицината.

Хипербарната оксигенация (ХБО) представлява терапия с кислород под повишено налягане. Тя не причинява болка, няма вредни странични действия, а лечебните дози кислород са без риск за болния. Терапията има релаксиращ ефект. Хипербарната оксигенация е изключително популярно лечение в развитите страни и днес всички престижни клиници разполагат с барокомплекси. Тя навлиза трайно вече и в България.

Положителните ефекти

Положителните ефекти от хипербарната оксигенация са много. Тя повишава концентрацията на кислород във вътрешните среди на организма; има силно антимикробно действие; стимулира активността на централната нервна система и на имунната система, оказва благоприятен ревитализиращ ефект върху труднолечимите рани и ускорява оздравителния процес на организма; редуцира следоперативните отоци и подпомага формирането на нови кръвоносни съдове; има дезинтоксикационен ефект; потенцира действието на редица фармакологични препарати и усилва влиянието на лъчетерапията.

Терапията с кислород под налягане е безценна при ане-

мии, отравяния, остеомиелит, множествена склероза, състояния след инсулт и инфаркт, декомпресионна болест, неврит на слуховия нерв, мигрена, газова гангрена, както и за цялостно укрепване и тонизиране на организма, особено преди зимния сезон.

Голям е процентът от родители на деца с детска церебрална парализа и аутизъм, които избират да използват барокамерата. Констатирано е, че тези деца се повлияват добре след сеансите, като усъвършенстват опорно-двигателни и говорни умения.

В основата на лечението лежи значителното повишаване на кислородния капацитет на органите и тъканите в човешкото тяло. Пациентът ляга в барокамерата и в тялото му започва да се „всмуква“ кислород под високо налягане. Чрез кръвта и лимфата кислородът достига до всички органи и клетки. Това нормализира енергийния баланс на тялото, активира възстановителните процеси, засилва кръвообращението, както и действието на определени медикаменти, които пациентът приема.

За лечение с барокамера има и противопоказания, затова е важно терапията да се консултира с лекар и да се провежда под лекарско наблюдение. Специалистите трябва да имат дългогодишна квалификация и богат опит както по анестезиология и реанимация, така и по

хипербарно лечение.

Как протича лечението

Хипербарната оксигенация (ХБО) е медицинска дейност, изразяваща се в лечение с кислород под повишено налягане на някои специфични медицински индикации. Отдавна установена като основна терапия при лечение на отравяне с въглероден окис и газ гангрена, сега хипербарната оксигенация е с постоянно нарастваща роля като допълнително лечение за преодоляването на редица симптоми, които са трудно податливи на лечение с конвенционалните методи на терапия.

При хипербарната оксигенация пациентът се поставя в специално предназначена за това камера, където налягането се повишава с 2-3 атмосфери при 100% насищане с кислород. За да се постигне целта, се използват едноместни камери, които имат редица предимства пред многоместните.

Хипербарната оксигенация се прилага при здрави хора за подобряване на имунния, хормонален и метаболитен статус

на организма. Има доказан козметичен ефект за „подмладяване“ на кожата и антицелулитно действие. Подобрява общото състояние при физическа и умствена умора.

Престоят в барокамерата е от 30 до 90 мин, като един курс на лечение може да включва над 10 сеанса. При последното поколение барокамери капсулата е прозрачна, което допринася за това пациентите, особено изпитващи клаустрофобия да се чувстват удобно, като имат възможност да гледат телевизия, да четат книга и да общуват свободно с медицинския персонал.

У нас развитието на хипербарната медицина бележи своето начало от 60-те години на миналия век и е свързано с първите подводни дейности във военноморските сили. Още през 30-те години се въвежда този вид специфична медицина за изследване и трениране на летателния състав на военното летище във Враждебна. За първи път клинично приложение на хипербарната терапия се извършва през 1968 г. във ВМА от ген. м-р проф. Стоян Филипов. И днес ВМА остава водещо лечебно заведение в областта.



Принц Чарлз и Дейвид Уилсън в кадър от филма „Фермерът и неговият принц“



БИОСТОПАНСТВОТО НА ПРИНЦ ЧАРЛЗ

автор: **Светлана Желева**

Принц Чарлз от години е фен на екологичния начин на живот. По повод на визитата на британския престолонаследник и херцогинята на Корнуол Камила в Австрия, която е част от европейско турне, насочено към укрепване на връзките между Британската корона и страните от Стария континент, в контекста на Брекзит, в „Кронен цайтунг“ разказва за биостопанството на принца.

Принцът на Уелс е цар на ековълната. Още през 1986 г. той е основал своята Duchy Home Farm (в буквален превод - Домашната ферма на Дука), което е едно от най-старите предприятия за биопродукти.

Освен със своята съпруга Камила, принц Чарлз е известен и със своето амплоа: той е един истински екопионер, един кралски земеделец в най-истинския смисъл на думата. Преди повече от 30 години принцът осъществява прехода към биологични земеделски методи за добив на свой парцел от 760 хектара с голям успех. Това по същество е селска ферма в Хайгроув, Англия.

Ходът, който принц Чарлз прави, е повече от напредничав, тъй като по онова време производителите не се интересуват за произхода и условията, при които тяхната храна е произведена.

Първият продукт на биомарката на британския престо-



Стопанството произвежда много популярни био и органични продукти, сред които бисквити и сладка

лонаследник Duchy Originals е кекс, произведен през 1992 г.

Днес под тази марка се произвеждат повече от 200 продукта: от пуйка и коледен пудинг до наденички и шпек, като не трябва да се изпуска и йогурта от кралските крави. Те са от породата Айршир (Ayrshire) и са икономическият гръбнак на фермата. Съзнателно принцът използва британски породи домашни животни и по този начин ги запазва от изчезване. Пшеницата тук се мели със стари воденични камъни и се прави домашен хляб.



DUCHY HOME FARM Е ЕДНО ОТ НАЙ-СТАРИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА БИОПРОДУКТИ В СВЕТА

Въпросната ферма е едно от най-известните селски стопанства в света.

За самия Чарлз няма нищо по-хубаво от това да се разхожда с гумени ботуши из своя парцел, да прекопава лехи и да засажда лук и салати, като дори им говори нежно.

За биопоекта на британския престолонаследник дори е заснет филм, който се казва „Фермерът и неговият принц“. В него Чарлз обяснява философията, която е вложил, като в кадрите е включен и харизматичният мениджър на биофермата Дейвид Уилсън, с когото работят заедно повече от 30 години.

Duchy Home Farm е пример, че човек може да прави успешен бизнес и с биостандарт. Обработваемата почва например, не се оре цялостно с плуг, а само леко се разрохва. Това означава, че се пестят 32 л. дизел на хектар обработваема площ.

Фермата е един природен рай. Тук отново са се заселили редки птици, много видове пеперуди, влечуги и бозайници. За ограда има жив плет от ръчно сплетена върба, който е дълъг 16 километра.

Всяка нива е оградена от ивица диви цветя и билки, ширина 2 метра, и по този начин се превръща в прекрасна ливада за пчеличките.

Във филма се говори и за това как био стопанството функционира и каква е ползата от него. Въпреки че винаги по време на снимките е имало по един представител на връзките с обществеността на британското кралско семейство, на режисьора е било забранено да излъчи филма в Англия и в цялата британска общност.



Принцът със служител в стопанството

Причината е, че принц Чарлз далеч не се сдържа в коментарите си, много е директен, а във Великобритания хората не гледат добре на това член на кралското семейство да прави политически становища. А за принца устойчивото развитие, биологичното производство и запазването на климата са важни политически теми, по които той се изказва редовно в писма, речи и книги.



Хайгроув хаус – основният дом в имението

Атанас Буров
(едясно) с
Андрей Ляпчев



Фото Фондация Атанас Буров - <http://www.atanasburuv.org>

БУРОВ

БАНКЕРЪТ ДЪРЖАВНИК В ЕДНА ЗЕМЯ НА ПРИЦЕЛ

ИСТОРИЯ 120



Годежната снимка на Атанас Буров и Смарайда Салабашева, София, 1912 г.

автор: Владимир Митев

Пари при пари отиват, но не многото при малкото, а малкото при многото“, казва мъдрецът на българския следосвобожденски бизнес Атанас Буров. Считан от Държавна сигурност за „идеолог на българската буржоазия“, той в същото време е и олицетворение на успелия български предприемач, на патриота, на знаещия и можещия български мъж.

В живота си Буров достига многократно до върхове – избран е за член на политическата комисия на Обществото на народите, излиза от Голямата депресия по-заможен, отколкото е в началото ѝ, става министър неколкотократно, и то все в повратни моменти за родината си. Негови роднини и приближени участват в далавери – например Деклозиеровата афера за изкупуване на българското зърно в навечерието на Първата световна война, така че София да не се присъедини към Централните сили, водени от Германия. Той самият е бил обвиняван нееднократно за политическата си дейност след настъпване на властови промени в България. Всъщност, Буров умира в Пазарджишкия затвор, след като новата власт след 1944 г. го интернира и осъжда на лишаване от свобода заради връзките, които според тях е поддържал с фашистки организации.

Възпитаник на Сорбоната, Буров обаче през целия си живот е бил русофил, привърженик на политиката на Антантата и на САЩ. Политикът не е одобрявал присъединяването на България към Тристранния пакт начело с Германия през Втората световна война. „Без да се притеснява от агентите на Гестапо, той всяка сутрин е посещавал руската легация в центъра на София“, обяснява историкът Милко Палангурски, като има предвид времената, когато България

СЪДБАТА НА ЛЕГЕНДАРНИЯ ПОЛИТИК И ПРЕДПРИЕМАЧ СЛЕДВА ПЛЪТНО БЪЛГАРСКИТЕ ИСТОРИЧЕСКИ ПРЕВРАТНОСТИ ПРЕЗ ХХ ВЕК

е тясно свързана с нацистка Германия.

Независимо че Атанас Буров има имиджа на прочут banker, в рода Бурови той е по-скоро политикът, докато с финансовите дела на Българската търговска банка – където е активно семейството, се занимава брат му Иван. Двамата се раждат в Горна Оряховица, като се твърди, че родът идва от Балчик, Елена и дори преди това от Бесарабия. „Бурови не са се занимавали със земеделие, както повечето семейства от този край (Горнооряховския – бел.ред.), а с лихварство и търговия с пашкули (за коприна). Те са притежавали първата лихварска къща в Горна Оряховица, както и фабрика за производството на коприна. Занимавали са се също и с търговия на спиртни напитки - вино и ракия, които са изнасяли след създаването на търговската им къща през 1862 г., като вината достигат дори до Русия и Мала Азия. Освен това фамилията се е занимавала и с отглеждането на едър рогат добитък за клане“, разказва пред БГНЕС проф. Нено Неделчев - горнооряховчанин и автор на книгата „Вековете на Атанас Буров“.

Атанас Буров се ражда през януари 1875 г. Докато баща му – Димитър Буров, е жив, фамилията има 15 чифлика в Добруджа и общо 25-30 хиляди крави, както и хиляди овце. Бъдещият политик и banker има знатни родствени връзки. Баба му Станка е сестра на видния деец на движението за църковна независимост Иларион Макариополски. Майка му – Кина, е от Арбанаси, а баща му, освен че има голямо състояние, е сред основателите на Народната партия.

Атанас Буров завършва като частен ученик Априловска-



Банката на Бурови в Русе

та гимназия, след което баща му го изпраща в Сорбоната, където учи право и финанси. По време на следването си във Франция, в Швейцария и в Англия младежът има шанса да се запознае с видни обществени дейци като френския социалист Жан Жорес, бъдещия външен министър на Франция Аристид Бриан, Владимир Илич Ленин и други личности, оставили отпечатък в историята.

След завръщането на Буров в България баща му го назначава на позиция в корпоративното разузнаване на банката. Атанас Буров обаче оставя следа в съвременната българска история най-вече като политик. Съдбата му от-



Семейството на банкера – бащата Димитър, майката Кинка, по-големият брат Иван Буров и Атанас Буров (седнал)



Буров (в средата) с другари от фронта

режда да достига до управленско кресло в български правителства винаги в повратни времена за страната.

През 1913 г. – веднага след подписването на Лондонския мирен договор, ознаменува края на Балканската война, Буров става министър на търговията и индустрията в управлявания 40 дни кабинет на Стоян Данев. Правителството остава в историята със загубата на Междусъюзническата война.

„В България винаги е имало излишък на чиновници и кандидати за министри и недоимък на мислещи икономисти и търговци“ е друга от крилатите фрази на Буров. Иронията е, че той десет пъти е избран за депутат, бил е заместник-председател на Народното събрание и министър в четири кабинета.

За втори път политикът става министър – отново за кратко, в кабинета на Александър Стамболийски, където оглавява ресора за търговията. През 20-те години обаче Буров дава своя принос за оформянето на десен фронт от партии, които се противопоставят както на земеделците на Стамболийски, така и на комунистите. „Именно така се създава Народният съговор (партията, с която политикът достига до върховете в кариерата си – бел.ред.). В основата на Съговора е Българската търговска банка, както и големият авторитет на Атанас Буров, който по това време е председател на българските индустриалци. Целта на Съговора е да свалят от власт земеделците чрез парламентарни избори. През 1923 г. се оформят две крила – едното за парламентарна демокрация начело с Андрей Ляпчев и Атанас Буров, а другото със склонност към заговорничене и насилствени методи в политиката, начело с проф. Цанков и ген. Вълков“, припомнят от фондация „Атанас Буров“ на своя сайт.

След Деветоюнския преврат, след времената на белия и червения терор, през 1926 г. премиер става Андрей Ляпчев, който се стреми към лекуване на раните с известния си принцип „со кротце, со благо“. Между 1926 и 1931 г. Буров е министър на външните работи в кабинета на Ляпчев. Негов успех е сключването на т.нар. „стабилизационен заем“, който подкрепя българския лев и помага за развитието на транспортната система на страната.

„Най-голямата заслуга на Буров за българската държава е това, че намалява огромния дълг на страната ни след Ньойския мирен договор, когато София е принудена да плаща репарации на победителите“, смята проф. Неделчев. Буров използва познанството си със своя колега от университета – френския външен министър Аристид Бриан и неговите контакти, за да спечели благоразположението на Франция и Англия по въпроса за репарациите по време на дискусиите в Обществото на народите в Женева. През 1930 г. Буров и финансовият министър Владимир Моллов договарят в Хага голямо облекчение на българските финансови задължения.



Сградата на столичната ул. „Граф Игнатиев“ 10, в която се помещаваше КТБ, в края на XIX и началото на XX век е централа на Българска търговска банка. Вътре са запазени писалището на Атанас Буров и други негови вещи

След деветнадесетомайския преврат през 1934 г. предприемачът пише статии, в които призовава за съхраняване на парламентаризма и за създаване на консервативен антифашистки фронт. Това става повод тайните служби да му отворят досие през 30-те години. Буров се съгласява да стане министър за последен път на 2 септември 1944 г. в кабинета на Константин Муравиев. Банкерът политик прави това с мисълта за спасение на България. Независимо, че има възможност да избяга от България в дните преди 9

септември 1944 г., както правят други финансиста и индустриалци, Буров остава в своята родина. Очакванията му са, че САЩ и Великобритания няма да позволят той да пострада в новите условия, след като специалният пратеник на Рузвелт – Ърл, и посланиците на тези две страни са му засвидетелствали подкрепата си.

След идването на власт на правителството на Отечествения фронт той остава привърженик на парламентарната демокрация. През 1946 г. е осъден на една година затвор. Впоследствие е интерниран в Силистренско и в Дряново. Майка му умира през 1952 г., но молбата му да посети погребението ѝ не е уважена. Самият Атанас Буров си отива от този свят на 15 май 1954 г. от сърдечна недостатъчност в Пазарджишкия затвор. Тялото му е положено в земята без погребение. Едва през 80-те години властите позволяват на семейството му да извади неговите кости и да ги препогребе там, където желае. Оттогава останките на Буров и съпругата му Смарайда, с която имат 20 години разлика, почиват заедно в Софийските гробища.

Бизнес империята на семейство Бурови е изградена около Българската търговска банка, която има офиси в големите градове на страната. Фамилията инвестира в машиностроенето, застраховането, тютюневия сектор, електрификацията, минното дело и в други отрасли.

Самият предприемач и политик се гордее, че в онези времена България се развива, стъпвайки на уменията, опита и капиталите на български бизнесмени и инженери, които изграждат съвременната инфраструктура на страната. Буров участва в Балканската война като подпоручик и е отличен с орден за храброст, след като при една своя атака „на нож“ се разминава за малко със смъртта. От всички качества на народите той цени най-много родолюбието. Заради своите качества, постижения и мъдрост политикът-банкер се превръща в легенда и става прототип за главния герой на романа на Свобода Бъчварова „Земя на прицел“, разказвач за Царска България.

БНР припомня една от многото прочувствени изяви на неговия патриотизъм: „Повярвайте ми: по-дивна, по-прекрасна, по-нежна страна от България няма! Дори и бедни да сте, работете за нея! Тук умрете! Тя е земята, която ви храни и закриля! Заклевам ви – никога не я изоставяйте!“ ■

Белчо Горанов:

БЪЛГАРИЯ МОЖЕ ДА ОРГАНИЗИРА МЛАДЕЖКИ ОЛИМПИЙСКИ ЗИМНИ ИГРИ

СПОРТ 124



Белчо Горанов е български атлет и активен спортен деятел. Състезател по борба в отборите на „Торпедо“ (Карлово) и „Левски-Спартак“. В периода 1984-1988 г. е включван в националните юношески отбори по борба и самбо. След прекратяване на състезателната си кариера завършва право във Висшия институт на МВР. Специализира спортно право. През 2012 г. Националният държавен университет за физическа култура, спорт и здраве „П. Ф. Лесгафт“ Санкт Петербург, Русия, му присъжда научна степен кандидат на педагогическите науки. През 2014 г. от Националната спортна академия „Васил Левски“, София, получава образователна и научна степен доктор. В периода 1989-1993 г. е главен юрисконсулт на ЦС на БСФС. От 1995 до 2001 г. е председател на контролния съвет на Българската федерация по борба. Началник на кабинета на президента на БФС (2002-2004). Генерален секретар на Българския олимпийски комитет от 2005 г.



В свободното си време Белчо Горанов обича да играе голф. Често му партнира моделът Гергана Дончева

Под натиск се стигна до решение да се проведе референдум, който не се състоя, защото унгарското правителство оттегли кандидатурата си. Очевидно е, че обществото е притеснено за разходите, които трябва да се направят за провеждането на Игрите. Още по-интересно е, че същото се случи и когато Мюнхен кандидатстваше за Зимните олимпийски игри през 2018 г. Проведе се местен референдум и се взе решение за оттегляне. МОК се опита да коригира политиката си при определяне на домакините за организацията на Игрите. Президентът Томас Бах още с встъпването си възложи разработването на про-

Участието и на двамата в Лондон беше много добро, бяха силно мотивирани и дисциплинирани. Понякога в спорта е необходим и шанс, а когато срещу себе си имаш спортисти, които не играят по честен начин, няма как да спечелиш.

- Предстоят зимните олимпийски игри в южнокорейския град Пьонгчанг през следващата година. Как се подготвят нашите олимпийци?

- Имаме шанс за медали, заявявам го категорично, но не поставяме определени класирания. Не само заради това, че нашата звезда по сноуборд Радослав Янков вече втора година показва отлични класирания по време на световните купи. Момчетата от биатлона също се представят отлично, Александра Жекова също се нуждае само от малко късмет. Възлагаме много надежди и на алпиеца Алберт Попов на тези игри. Той е много млад, претърпя тежка контузия и лично нещастие, но излезе успешно от това трудно състояние.

Избрахме италианската фирма Vist да достави екипировката ни за олимпиадата. На Игрите в Сочи също бяхме с тях, останахме доволни и договорихме добри условия. В ход са преговорите кой ще облече българските спортисти с официално облекло. Активно се работи по въпроса с пътуванията, който е един от основните проблеми за тези прояви, но вече направихме нужните действия.

По самата подготовка на състезателите все още не смея да кажа, че няма проблеми, защото тепърва предстоят още квалификации. Нашите прогнози са за 20-22 спортисти, а делегацията да бъде 40-41 човека, с двама или повече състезатели спрямо Игрите в Сочи.

- Все по-трудно се организират олимпийски игри. Как МОК се стреми да направи домакинството им атрактивно? Говорим и за дългосрочните ползи от провеждането им.

- Последните събития в Унгария са доказателство колко е трудно. Будапеща беше кандидат за Игрите 2024 г. със силна концепция и имаше големи шансове дори да спечели.

грама „Дневен ред 2020“, в която има цяла глава за кандидатурите. Залага се на концепции за стабилно развитие и дългосрочни ползи за града домакин. Наред с това съоръженията, които трябва да се изградят, трябва да са функционални или да могат да бъдат разглобени и преместени на друго място, където да са полезни. На Игрите в Лондон имаше няколко такива съоръжения – залата по баскетбол, трибуните на басейна и др. В Рио също беше приложена тази политика и тя вече е заложена в концепциите на всички следващи кандидати. Разбира се подобренията или новото строителство на инфраструктура, особено транспортна, изисква огромни средства. Президентът на МОК призовава за иновации в процеса на кандидатстване за домакинство и общи усилия за намиране на правилните решения, които да направят домакинството на игрите желано и с дългосрочни положителни ефекти за градовете.

- Нашата държава има ли желание и възможност да кандидатства за домакинство на голям форум?

- Желание има и сме преценили внимателно възможностите чрез анализи дори с външни експерти. В България се провеждат състезания в основните зимни спортове, но трябва да се опитаме да проведем по-голямо състезание от световните купи и европейските първенства. В бъдеще може да организираме при един внимателен и оптимизиран вариант на финансиране Младежки олимпийски зимни игри.

- БОК поиска от служебното правителство да получи безвъзмездно сградата на бившето иранско посолство. Имате ли отговор до този момент?

- Все още нямаме официален отговор, но тази възможност се проучва и обсъжда. Това искане го отправяме за втори път и ще подновим разговорите с г-н Бойко Борисов, който е проявявал винаги разбиране към нашата дейност. Работата ни се увеличава всяка изминала година и ние имаме нужда да увеличим състава на БОК, а нямаме достатъчно място. По целия свят олимпийските комитети се помещават като представителни организации в сгради с осигурени всички съвременни условия за работа.

КМЕТА.BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ



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



ТОПЛА СРЕЩА С ЕЛЕГАНТНОСТТА

**БЪЛГАРСКАТА
МОДНА МАРКА
MELLINI ОТВАРЯ
ВРАТИТЕ КЪМ
ПРОЛЕТТА С
ЖЕНСТВЕНАТА
КОЛЕКЦИЯ
ПРОЛЕТ-ЛЯТО
2017, С КОЯТО
ЕЛЕГАНТНО
ДА ОЦВЕТИТЕ
НАСТРОЕНИЕТО
СИ ПРЕЗ
ДЪЛГООЧАКВАНИТЕ
СЛЪНЧЕВИ ДНИ**



128

СТИЛ

В романтичните сюжети на сезона вниманието привлича комбинацията от мека дантела и топъл нюанс на тютюн, а силуетите очароват с ниска талия и ефирни набори. Свободните им линии подхождат за почти всеки тип фигура, а в зависимост от избора ви на аксесоари, ще се впишат еднакво успешно както в ежедневието ви ритъм, така и в специален повод. Именно за изисканите вечерни марката ви е подготвила фина черна дантела, преплитаща френски шик и деликатна съблазън. Допълнете с бели перли по примера на Коко Шанел и си поръчайте шампанско!

За комфорта на новия делови ден е комбинацията от вталена рокля и сако с едно копче, допълнително извайващо силуета благодарение на прецизната си кройка. Дискретни детайли или изящната мека дантела носят необходимата дневна доза разкош, а топлият нюанс – спокойствие, от което се нуждаем в забързаното ежедневието.

И в случай, че мислите ви бъдат вдъхновени от безкрайността на морския хоризонт, свободният силует на

роклята от жоржет в тюркоазеносин нюанс ще ви накара да мечтаете. Меко падащите линии на модела естествено преливат в разкроената долна част с романтични волани. В контраст е металният цип на гърба, а дължината позволява да заложите както на сандали с висок ток, така и на удобството на ниските или спортни обувки.



Не пропускайте и най-актуалния цвят за сезона – розовото, отразен с многообразие от модели в пролетната колекция на MELLINI. Сред тях са вталената рокля без ръкав и меката жилетка със свободна кройка и панделка на деколетето. Класическият силует на модела подчертава необичайната текстура на материята – меланж от червено и бяло, с дискретно проблясващи нишки ламе. И напомня за стила на забележителната Джакки Кенеди, неслучайно оставила своята елегантна следа в историята на модата.

Цялата колекция на MELLINI (ежеседмично обновявана с нови модели) вече ви очаква в бутика на марката на ул. Велико Търново № 1 (непосредствено до Докторската градина), както и онлайн на mellinifashion.com.





NEW BLOOM WINERY

НОВОТО ИМЕ НА МОДЕРНОТО ВИНО

ЕМКСИР 130

Модерни вина за млади градски хора бяха представени от New Bloom Winery. Това е новото име на избата в град Съединение. Над 300 гости, сред които известни личности, бизнесмени, водещи винени експерти и собственици на ресторанти опитаха четири от ключовите продукти на избата по време на мултисетивна вечеря. Менюто беше по авторски рецепти на шеф Андре Токев. Вината бяха представени от сомелиера Слави Райчев, вицепрезидент на Асоциация на сомелиерите в България.

„Промяната се случва в момент, в който избата вече е натрупала достатъчно опит в последните години с налага-

нето на нови и нетрадиционни вина. Това са Verano Azur, Pixels и F2F, които вече имат многобройни почитатели и верни фенове. Вярвам, че успехът ще бъде същият и за новата серия вина New Bloom Winery“, коментира Александър Урманов, изпълнителен директор на компанията Power Brands, основен дистрибутор на избата.

Винарната прави сериозна заявка за експанзия на българските вина навън и се стреми да създава модерни винени продукти. По време на събитието избата представи новата си серия New Bloom. Засега тя включва бяло и розе. Бялото е купаж от Совиньон Блан и Шардоне. Розето е купаж от Каберне Совиньон, Каберне Фран и Сира. И двете

Над 300 гости
опитаха
новите вина





Сомелиерът Слави Райчев (вляво) и шеф Андре Токев представиха вината, а водещ на събитието бе Мария Силвестър

вина са леки, приятни и лесни за употреба.

Всички вина на New Bloom Winery се произвеждат от висококачествено грозде. Лозовите масиви върху 6000 дка представят яркия и характерен тероар на Тракийската низина. Припомняме, че именно този регион бе определен за втората най-добра винена дестинация в света.

В технологично отношение производствената база на New Bloom Winery превъзхожда повечето български винарни. Дългогодишни инвестиции в най-съвременна техника и съоръжения, качествени бъчви от френски дъб и модерни ферментационни съдове са само част от предпоставките за успеха. В последните пет години винарната е напълно реконструирана, като към нея е изградена и нова модерна лаборатория за проследяване и замерване на всички производствени процеси. Инвестицията в избата възлиза на над 10 млн. лв.

New Bloom Winery обръща сериозно внимание на налагането на българските вина в чужбина, като продава на повече от 20 международни пазара, сред които САЩ, Франция, Япония и Китай. Плановите за развитие са свързани с удвояване на собствените лозови масиви в следващите години, облагородяване на района, разширяване на екипа и още инвестиции в нови технологии.

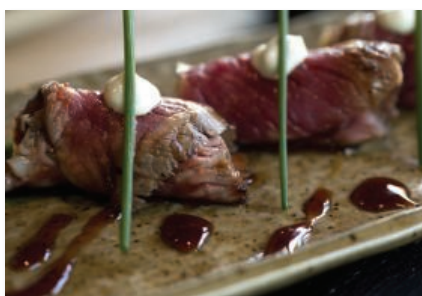
**ИЗБАТА ОТ
СЪЕДИНЕНИЕ, В КОЯТО
СА ИНВЕСТИРАНИ
НАД 10 МЛН. ЛЕВА,
ПРЕДСТАВИ НОВАТА
СИ КОРПОРАТИВНА
ИДЕНТИЧНОСТ НА
ЕКСКЛУЗИВНА ВЕЧЕРЯ**



UMAMI

СИЛАТА НА ПЕТТЕ СЕТИВА

ГУРМЕ 132



автор: **Божидара Иванова**

Азиатската кулинария става все по-популярна и интересна за световната публика. Все по-широко се използват нетипични за останалия свят азиатски продукти, които предлагат интересни вкусови изживявания. В България през последните години ценителите на добрата храна също имат възможност да се докоснат до автентичните вкусове, културата на хранене и традициите на източните народи.

В хотел „Маринела“, където японската култура винаги е била на почит, като продължение на популярната верига Happy Sushi, отвори врати новият японски ресторант UMAMI. Думата UMAMI е определението на японците за петия вкус,

този, който дава дълбочина на вкусовите качества на храната, придава наситеност и завършеност.

Ресторант UMAMI е сбъднатата мечта на ресторантиера Георги Тодоров и главния готвач Станислав Колев, които са участвали в различни проекти като Happy Sushi и SASA, а сега осъществяват този с безценната помощ на бранд мениджъра Катя Божкова. За създателите този ресторант е възможност да покажат собствената си концепция за вкусна храна и новаторски подход в готвенето, като запазват акцента върху японската кухня.

„Това, с което ние сме различни, е, че сме един модерен японски ресторант, който носи духа на

НОВИЯТ ЯПОНСКИ РЕСТОРАНТ В ХОТЕЛ МАРИНЕЛА ЗАЛАГА НА АВТОРСКИ ЯСТИЯ, ВДЪХНОВЕНИ ОТ ЯПОНСКАТА КУХНЯ, А КОНЦЕПЦИЯТА УСПЕШНО СЪЧЕТАВА ВКУС И АРОМАТ, АРТИСТИЧНО ПОДНАСЯНЕ НА ЯСТИЯТА, ИНТЕРИОР, ЗВУЦИ И АТМОСФЕРА



японската кулинария. Използваме местни продукти, с които да представяме азиатската кухня. Това са модерните тенденции в ресторантьорството и японската кухня. Опитваме се да дадем наша визия на японската храна, вкусът е усещане", споделя Георги Тодоров.

Освен традиционното суши, в UMAMI гостите могат да се насладят и на запомнящи се авторски ястия като Black Cod- черна треска, маринована в няколко вида сос, или коремче от риба тон, което е изключително харесван деликатес от почитателите на японската кухня. Телешкото от Black Angus, поднесено с уафу сос, е изпечено на робата- емблематичен японски грил, който позволява месата, ри-



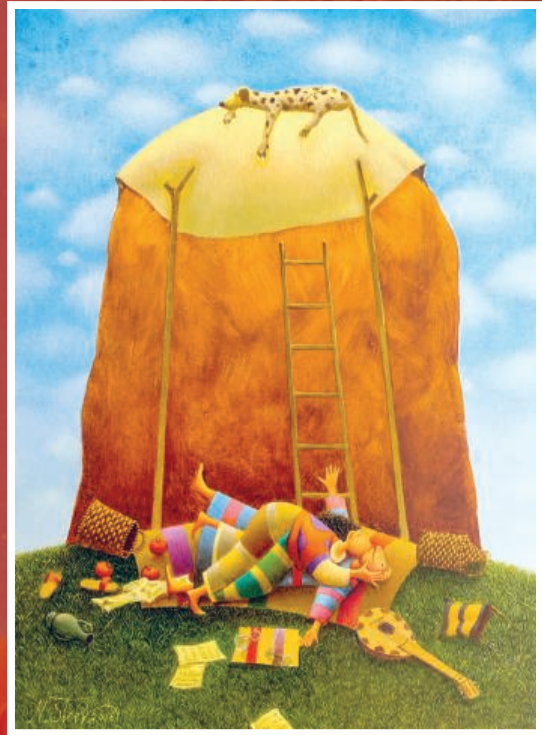
бите и зеленчуците, изпичайки се, да запазват своята сочност и вкусови качества. Именно използването на този специален грил е една от иновациите, с които персоналет на UMAMI може да предложи незабравими кулинарни преживявания.

Капацитетът на ресторанта е 64

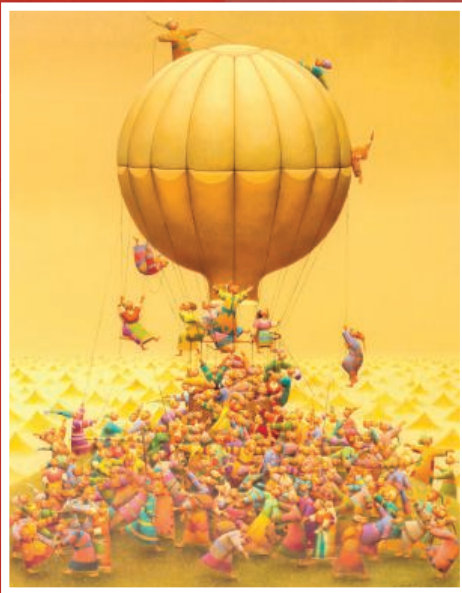
места на закрито и около 190 места в градината. Заведението залага на модерен интериор, спокойна атмосфера и достъпни цени. Красивата японска градина създава усещане за хармония с природата. Ресторантът е създаден, за да очарова и не смята да отстъпва от тази цел.



Завръщане на ловците



Обичам те!



Отпътуване



Яйцето



Корабът на глупците



Изворът на живота

В ПРИКАЗЕН СВЯТ



ДОКАТО КАРТИНАТА
Е В АТЕЛИЕТО, ТЯ Е
ИЗКУСТВО, КОГАТО
ГО НАПУСНЕ, СТАВА
СТОКА - ТВЪРДИ
ХУДОЖНИКЪТ
НИКОЛАЙ СТОЕВ

автор: **Татяна Явашева**

В ателието на Едгар Дега влизат двама съпрузи. Те оглеждат внимателно и казват: „Господин Дега, ние имаме две ваши картини, а на стените тук не виждаме нито една“. Не мога да си го позволя, отвърща именитият импресионист. В подобна ситуация да не притежава нито една своя картина е и българският художник Николай Стоев. В ателието му ще намерите завършени платна само когато започне да готви предстояща изложба, тъй като преди това всички платна отиват при своите ценители. Ето защо винаги започва „на зелено“ и постепенно изгражда концепцията, съобразена и с пространството на галерията, в която ще покаже своите нови работи. Затова една и съща картина няма как да се види в две различни негови изложби.

Път

Николай Стоев е роден през 1959 г. Завършил е живопис във Великотърновския университет „Св. св. Кирил и Методий“. Живее и работи във Велико Търново, но се чувства като емигрант в собствената си страна, тъй като още от началото на 90-те години прави изложби основно в чужбина и картините му са добре приети във Франция, Швейцария и Люксембург. През това време има по-епизодични прояви в България. „Задграничният билет“ за творбите му идва, след като със свои колеги в зората на демократичните промени създава галерия „Спектър“ в старопрестолния град. Там работите му са забелязани и той получава първата покана негови картини да гостуват в Париж. Следват други предложения и в един момент започва да прави изложби главно зад граница. Държи неговото изкуство да е познато и в България, затова наскоро в столичната галерия „Арте“ показва майсторството на четката си.

В галерията

Качеството на работа помага на художника да влезе в

най-изисканите галерии, смята Николай Стоев. Според него докато картината е в ателието, тя е изкуство, когато го напусне, става стока. Затова професията галерист е изключително деликатна, тъй като е важно този човек да умее да подбира талантиливи художници и с усет да представя всеки от тях. Галерията е мястото за среща с картините и затова Николай Стоев предпочита там да се среща с ценителите, а не в ателието си. Защото хубавата творба, изложена по подходящ начин на подходящо място, дава възможност художникът да бъде забелязан.

Лицето на автора

Стилът е въпрос на дълъг път и Николай Стоев е преминал през различни търсения, докато създаде свят на магически реализъм в своите платна. „Всеки тръгва отнякъде и във времето се развива и променя. Постепенно се оформя физиономията на работите, а и лицето на художника като автор. За да си индивидуалност, трябва да успееш да запазиш своята самобитност. Колкото и умел майстор да си, картините ти не бива да приличат на никой друг“, уверява Николай Стоев.

Почит към детайла

Важно е продуктът, който се създава, да е направен вещо и майсторски, твърди художникът. Николай Стоев не рисува „лесни картини“, които се правят бързо и са добре усвоена манифактура. Държи на прецизността и затова с търпение продължава да извайва всеки детайл на платното. За него не е цел да направи много на брой картини, а да нарисова всяка от тях така, че самият той да иска да я притежава. „Ако не може да станеш разпознаваем с това, което правиш, няма смисъл да рисуваш. Ако наподобяваш някой друг – също“, казва художникът.

Навярно истинският Николай Стоев е във вълшебния приказен свят на неговите творби.

ИРАНСКИЯТ ГРАД НА ПЪРВИТЕ НЕЩА

автор: Владимир Митев

Българи, които са пътували в Иран, често разказват как там имат странното усещане, че са попаднали в своя роден град в България, какъвто го помнят преди промените у нас през 1989 г. Връзките между народите и страните ни могат да бъдат много – и в езика, и в кухнята, и в историята. Един по-неочакван паралел е, че и двете държави имат град, който се кичи със славата на град-пионер, където са се случили за първи път много събития, характерни за модерността. В България този град е Русе. А в Ислямската република е Табриз.

Той е столицата на Ирански Азербайджан – по-голямата част от историческата земя на азерите, която за разлика от Република Азербайджан не е била откъсната от Персия в резултат на руско-персийските войни. Табриз има население от около 1,8 млн. души. Той е разположен в долина на височина от около 1300-1500 м между планини, в които съществуват действащи вулкани. Това е район със силна сеизмична дейност, който освен това е бил завладяван от различни армии и племена през вековете – араби, монголи, руснаци. Той е и място с големи температурни амплитуди – през зимата градусите са минусови, докато през лятото надхвърлят 40. Може би тези променливи условия и несигурност са допринесли жителите на Табриз да са ориентирани към новото, да обичат живота, да са открити към контакт с чужденци, т.е. да живеят тук и сега.

И нищо чудно, че славата на Табриз е именно, че е „Градът на първите неща“. Тук е открита първата печатница в страната (през 1811 г.), първото съвременно иранско училище (през 1888 г.), първото училище за глухоними (1924 г.), първата детска градина (1923 г.). Тук са създадени още първата съвременна полицейска служба в Иран, първата търговска камара, първата печатница за монети, първата обществена библиотека, първото кино, първият театър и

театрална група, първата женска асоциация и още много новаторски начинания за Персия (Иран). Освен това Табриз е първият град в страната, който има свое електричество. В него е открита за първи път пощенска станция. Първата пожарна в Иран също е създадена тук.

Пионерската дейност продължава и до днес. През 2016 г. тук бе открита първата банка за кърма в Иран. През 2014 г. Табриз стана първият град в Ислямската република, където е забранено убийството на улични кучета. Същата година бе открит и първият в Иран музей на футбола, което е логично, тъй като се смята, че около 130 години по-рано великата игра достига до Персия именно тук за първи път. Табризец е първият футболист, който е бил трансфериран в Европа – това е Хосеин Седигани през 30-те години на XX век.

Табриз обаче е горд не само като град първопроходец, но и като древно селище с вековни сгради и традиции. Тук е най-старият пазар в Иран, който е и един от най-големите покрити пазари в света. Той е защитен обект на ЮНЕСКО и сам по себе си е атракция за туристите. Те могат да го обикалят един или дори два дни, като просто гледат как върви търговията в това средоточие на живота.

По времето на династията на Каджарите (1785-1925 г.) в Табриз е изградена резиденцията, която днес обединява дворец с парков комплекс. Сред забележителностите на града е и часовниковата кула (Saat Tower), където се намира общината. В столицата на Ирански Азербайджан има



· **ТАБРИЗ ИМА СЛАВНА**
· **ИСТОРИЯ, ГОЛЕМИ**
· **ПОСТИЖЕНИЯ И**
· **НАПРЕДНИЧАВО МИСЛЕНЕ**

132 парка, а общата площ на зелените пространства е 8,5 кв.км. На час път от Табриз е град Кандован – съставен от къщи, вградени в планината. Той наподобява турската туристическа забележителност Кападокия.

Тези и други забележителности правят града привлекателен за туризъм. Той обаче има не само настояща на град-първопроходец, а и славна история. От древността до 1501 г., когато в Персия идва на власт шиитският орден на севфевидите, Табриз е бил владян от перси, арменци, грузинци, монголи, азери. През 1501 г. шах Исмаил I от династията на Севфевидите завладява Табриз и го обявява за столица на Персия. Селището остава севфевидска столица до 1548 г., когато главният град на страната става Газвин. По онова време Персия често воюва с Османската империя, а Табриз е близо до противника и е уязвим.

След поредица от руско-персийски войни през 1827 г. Табриз е завладян от Русия. Според мирния договор Персия отстъпва на северния си съсед териториите си в Кавказ – сред които са земите на днешните държави Грузия, Армения и Азербайджан. Военното поражение кара иранското ръководство да се стресне и да започне модернизационна програма, така че да не допусне изоставане от духа на времето. Именно тези усилия за изграждане на институции и въвеждане на нови технологии водят до бума в развитието на Табриз през XIX и XX век, така че той става „Градът на първите неща“ за Персия.

Тъй като Табриз има по-близки връзки с просветителските сили в съседните държави, той е център на движението, което се противопоставя на абсолютната монархия в епохата на Конституционната революция (1905-1911 г.). Намесата на Великобритания и на Русия по време на



Снимки Wikipedia

Часовниковата кула Saat Tower





Покритият пазар в Табриз, културен обект под егидата на ЮНЕСКО



Къщите в скалите в Кандован

размириците от този период води до разтурянето на парламента. Всъщност Персия приема преди Царска Русия конституция, което допринася за безкомпромисната намеса на казашките отряди в персийската политика. Но и Великобритания, която през 1907 г. е поделила страната с Русия на сфери на влияние, се отказва от подкрепата си за конституционалистите.

През Втората световна война Иран е окупиран от Съюзниците, които принуждават неговия прогермански монарх Реза шах да абдикира в полза на сина си Мохамад Реза Пахлави. Дългата ръка на Москва отново достига до Ирански Азербайджан, където съветските власти поддържат азербайджанското народно правителство в северозападен Иран. Негова столица е именно Табриз и то управлява една година между 1946 и 1947 г. То въвежда прогресивни реформи в сферата на образованието и културата, но след изтеглянето на съветските войски силите на ръководителя на този кабинет – Джафар Пишевари, са разбити от иранската армия и контролът на Техеран над Табриз е възстановен.

Ислямската революция от 1979 г. е друг повратен момент, в който град Табриз отново участва подобаващо. Много от местните жители на града, които са азери, подкрепят възгледите на либералния аятолах Шариятмадари,

който критикува срастването между религиозна и държавна власт, залегнало в конституцията на Ислямската република Иран. За влиянието на азерите обаче може да се съди и по факта, че от 1989 г. досега върховен водач на държавата е аятолах Али Хаменей, който е от азерски произход. Смята се, че негови предци са живели в селището Хаменех в близост до Табриз.

Столицата на Ирански Азербайджан обаче е дала и много видни личности в други сфери освен в политиката. Духовният господар и вдъхновител на великия поет Джалаледдин Руми – Шамс, е жител именно на Табриз. Оттук е и известният поет Шахриар, чието пълно име е Мохамад-Хосеин Бехджат-Табризи. Една от най-изящните ирански поетеси на XX век Парвин Ентесами също е родена в азерския град.

В Европа се чува за градовете от Близкия изток най-често, когато ги обхванат пламъците на война. Табриз също е бил земя на конфликти в своята бурна история, но той е и град на много съзидание и осъщественост. За неговите жители персийският поет Джалаледдин Руми пише през XIII век следния стих:

**„О, Сарбан, свали товара от камилите!
Достигнал си Табриз –
град на любимите и милите.“**



НОВО МЕНЮ *За ценители*



+359 886 700 269 | restaurant@este.bg
este-restaurant.com

КАНАДСКОТО БИЖУ НИАГАРА НА ЕЗЕРОТО

ПЪТЕШЕСТВИЕ 140





ОЧАРОВАТЕЛНОТО ГРАДЧЕ
ПЛЕНЯВА ГОСТИТЕ СИ С
ПРЕКРАСНА ПРИРОДА, ИЗБРАНИ
ВИНА, ОРГАНИЧНА ХРАНА И
ТЕАТЪР ОТ СВЕТОВНА КЛАСА



СЪДЕБНАТА ПАЛАТА

Фото: wikimedia.org



Фото: wordpress.com



КАФЕНЕ И ВИНЕН БАР „ШОУ“

автор: Преслава Георгиева

В южната част на Канада, на мястото, където река Ниагара се влива в езерото Онтарио, е разположен живописният град Ниагара на езерото, считан от мнозина за най-красивия град в провинция Онтарио. Той всъщност е една от крайните точки на Канада, тъй като на противоположния бряг на реката започва щатът Ню Йорк, САЩ.

Неслучайно наричат Ниагара на езерото „градът на първите“, защото тук са създадени: първият провинциален парламент (1792 г.), първото селскостопанско дружество (1792 г.), първият вестник (1793 г.), първото адвокатско сдружение (1797 г.), първият независим вестник (1799-1800 г.), първата обществена библиотека (1800 г.) и първият специализиран музей (1907 г.) в Горна Канада.

Поколения коренни жители обитавали Ниагарския полуостров 10 000 години преди тук да пристигнат първите постоянни заселници. През зимата на 1778 г., по време на Американската революция, британски полк от лоялисти, известен като „Рейнджърите на Бътлър“ построява в района своя военна база. Градът става известен като Бътлърсбърг, в чест на командира на полка - полковник Джон Бътлър. Три години по-късно британското правителство купува земите на западния бряг на реката и през 1782 г. тук вече живеят 16 семейства. Населението се увеличава значително след края на Американската война за независимост, когато стотици бивши рейнджъри и пробритански лоялисти-бежанци, получават земи в околността. През 1792 г. вече с ново име – Нюарк, градът става първата столица на Горна Канада (сегашната провинция Онтарио), а първият парламент се свиква на 17 септември 1792 г. Заради близостта на Нюарк до американската граница обаче, през 1797 г. губернатор Джон Симко премества столицата в Йорк (днешно Торон-



ВОЕННАТА БАЗА „БЪТЛЪР“



ХОТЕЛЪТ „PRINCE OF WALES“

то) и година по-късно Нюарк е официално преименуван на Ниагара.

По време на Британско-американската война от 1812 г., градът се превръща в бойно поле и бива окупиран от американските войски цели 7 месеца, а малко преди тяхното оттегляне - опожарен до основи. След края на войната местните жители го застрояват отново и Ниагара става известен търговски център, а корабоплаването – основен стълб в местната икономика. То обаче залязва след построяването на втория канал „Уеланд“ през 1840 г. и чак през 70-те години се усеща икономически подем, най-вече заради новото откритие хотел Queen's Royal, който се радва на заможни гости, и тренировъчната военната база, в която се обучават множество войници.

Този нов период на просперитет продължава до края на Първата световна война, а последвалата го рецесия – цели 40 години. Местната икономика се съживява през 60-те години, когато благодарение на съхраненото историческо наследство, развитието на местните винарни и провеждането на ежегодния фестивал „Шоу“ започва развитието на туризма.

Настоящото си име градът получава около 1800 г., но само като пощенски адрес, за да бъде разграничен от Ниагарския водопад. Официално името е прието чак през 1970 г. Ниагара на езерото е единствената община в Канада, чийто кмет носи британската титла „лорд-мер“. Легендата гласи, че принц Едуард, херцог на Кент и Стратърн, дава това звание на кмета на Ниагара по време на своето посещение в началото на 1800 г. в знак на признание за историята на града като първата столица на Горна Канада. Въпреки това няма официални сведения то да е било използвано от кметовете до 20-те години на XX век и чак през 1969 г. общината приема наредба, според която „кметът на град

Ниагара на езерото ще се нарича „лорд-мер“.

Днес градът има 15 400 жители, а икономиката му се базира основно на туризма и органичното селско стопанство. Климатът позволява отглеждането на плодове и различни сортове грозде и понастоящем тук има десетки световно признати винарски изби, а агротуризмът се е превърнал в огромен бизнес. Ниагара е и известен фестивален град, който почти целогодишно привлича хиляди посетители, а грижливо запазените му исторически паметници, които носят духа на отминалата епоха, съвсем естествено допълват съвременните културни атракции.

През 2004 г. старият град Ниагара на езерото е определен от канадското правителство за национален исторически район заради уникалната си колекция от запазени архитектурни паметници, датиращи от 1815-59 г. Красивите викториански къщи и обществени сгради се къпят в зеленина и огромно разнообразие от прекрасно подредени и поддържани цветни каскади и композиции, паркове и градини.

След опожаряването на града, повечето от бившите военни обекти са възстановени, използвайки оригиналните планове на Кралските инженери, а историческите събития от последните 200 години буквално оживяват, благодарение на традиционните възстановки. „Национални исторически обекти в Ниагара“ е административното наименование на група исторически забележителности от войната през 1812 г., включваща Форт Джордж, Форт Мисисага, Фар Мисисага, Военноморския клуб, Военната база „Бътлър“ и Куинстън Хайтс.

Британците построяват Форт Джордж през 1802 г., като външната защита на крепостта включва шест големи бастиона и палисада, оградени с ров. Вътрешната част включва кухни, болница, работилници, казарми, кабинети



ГЛАВНАТА УЛИЦА

Фото: Wikipedia



ИСТОРИЧЕСКИЯТ МУЗЕЙ

Фото: panoramio.com

на офицери и др. По време на войната фортът е обект на множество американски атаки, защото именно тук се помещава щабът на Британската армия. Днес Форт Джордж предлага на своите посетители уникална възможност да се потопят в ранната военна история на Ниагара – да разгледат сградите и специалните експозиции в тях, напътствани от служители в автентични униформи и костюми, да станат свидетели на тренировъчни маневри и демонстрации с мускети или да опитат храна, приготвена в офицерската кухня.

Другата крепост Форт Мисага била построена през 1814 г. с цел да замести разрушения предишната година Форт Джордж. Тук се намирал първият фар в Горна Канада, който по-късно бил съборен, а от останките му била построена централната кула – единствената запазена сграда от някогашното внушително укрепление. Днес тя е затворена за посетители, но разходката в очертаната от ров във формата на звезда територия на форта, предлага красива гледка към езерото Онтарио и Форт Джордж.

Форт Мисага всъщност се намира в рамките на Голф клуба на Ниагара на езерото - още едно от местата, които всеки гост на града трябва да посети. Създадено през 1875

г., това е най-старото действащо голф игрище в Северна Америка.

На възвишението Куинстън Хайтс се издига 56-метровият паметник Брок - най-големият подобен монумент в Канада. Тук през 1812 г. се провежда битката при Куинстън Хайтс, в която загива губернаторът на Горна Канада – Айзък Брок. Днес посетителите могат да се разходят из бойното поле заедно с облечени във военни униформи гидове, да посетят малкия музей, посветен на генерал-майор Брок, да се изкачат по 235-те стъпала до паметника и да се насладят на красивата панорамна гледка оттам.

От Базата Бътлър, най-старата запазена казарма в страната, която в продължение на 150 години действа като тренировъчен лагер, днес са запазени 5 оригинални британски колониални сгради и една типично канадска постройка. В една от тях се помещава малко известен, но изключително интересен музей – Lincoln and Welland Regiment Museum, съхраняващ артефакти от военната история на Ниагра от 1812 г. до днес. Тук можете да видите войнишки униформи, значки, документи, оръжия, 19 бойни превозни средства, две оръдия и дори два винтидж мотора „Харли Дейвидсън“.



ФОРТ ДЖОРДЖ

Фото: http://www.friendsoffortgeorge.ca



НИАГАРСКАТА АПОТЕКАРИЯ

Фото: Pixabay



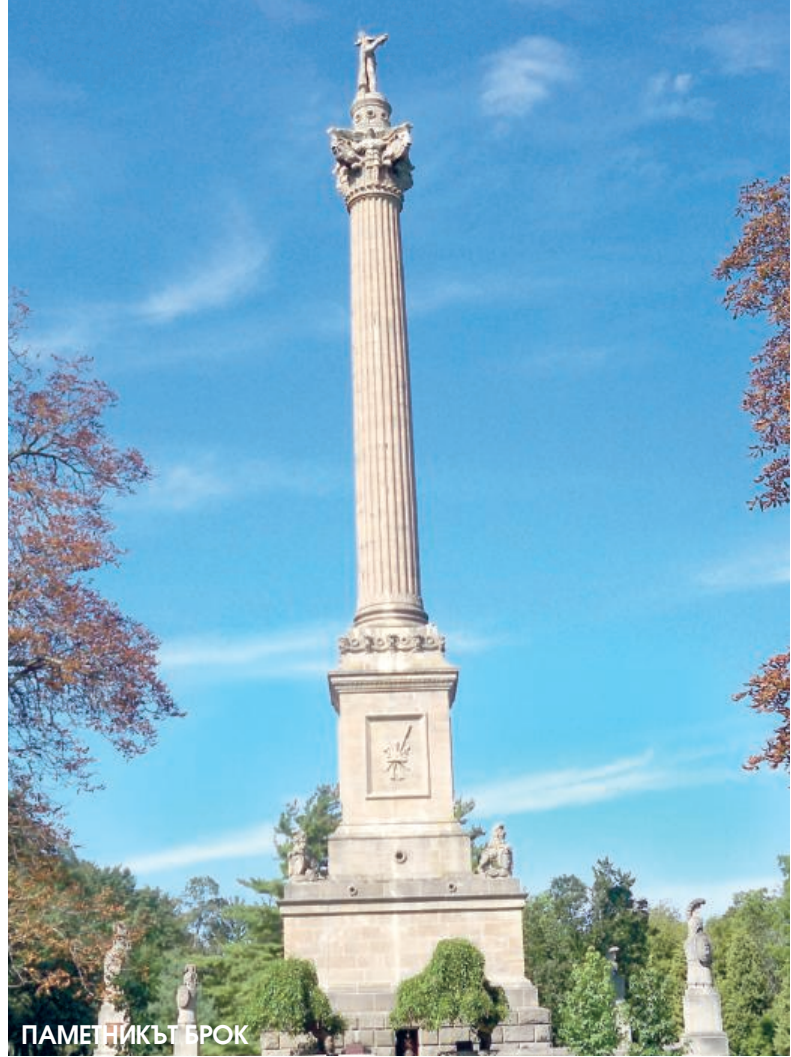
НИАГАРА НА ЕЗЕРОТО Е ЕДИН ОТ НАЙ-ПРОЧУТИТЕ ВИНАРСКИ РАЙОНИ В КАНАДА

Ниагарският исторически музей от 1907 г. - първият специализиран музей в Онтарио - се управлява от местното Историческо дружество и съхранява единствена по рода си колекция от ранни канадски артефакти и архиви. Неговите постоянни експозиции са посветени на Първите нации, имперските лоялисти, възстановяването на града, историята на туризма и развитието на селското стопанство.

Много от запазените викториански къщи днес са музеи, ревностно пазещи духа и бита на отминалата епоха, а сред паметниците, свидетелстващи за развитието на бизнеса в града са Ниагарската аптекария (аптека) и Музеят на печатарството и вестникарството „Маккензи“, който съхранява печатарска техника от последните 500 години. Музеят RiverBrink пък е дом на ценна колекция от 1400 произведения на изкуството на канадски и чуждестранни творци, както и редки книги и архиви.

Ниагара на езерото предлага изобилие от възможности за почивка и развлечения и голямо разнообразие от културни, театрални, музикални, арт и исторически събития. Уникалната атмосфера привлича тук някои от най-известните художници, музиканти, фотографи, занаятчии и актьори, които създават неповторими исторически възстановки, правят театър от световна класа и изнасят концерти в църкви, амфитеатри и на открито. Ниагара на езерото е целогодишен фестивален град. Ежегодно тук се провеждат музикален фестивал, джаз фестивал, два комедийни фестивала, келтски фестивал, филмов фестивал и много други.

Безспорно най-известният сред тях е Театралният фестивал „Шоу“, който вече 55 години привлича в Ниагара хора от цял свят. Той се провежда от април до октомври и афишът му включва еkleктична компилация от ексцентрични комедии, дръзки драми и класики. През 1962 г. местният ад-



ПАМЕТНИКЪТ БРОК

вокат и драматург Брайън Дохърти организира първия летен фестивал, посветен на творбите на любимия му автор Бърнард Шоу, включващ осем представления, поставени в аудиторията на Съдебната палата. По-късно програмата се разширява с постановки на други автори, но също вдъхновени от творчеството на Шоу, като през 2017 г. афишът на фестивала включва 11 пиеси, които ще се играят на 4 сцени.

Благодарение на комбинацията от плодородни почви, умерен климат, дългогодишен опит и висококачествени сортове грозде, Ниагара на езерото е един от най-прочутите лозаро-винарски райони в Канада. Всъщност виното и хубавата храна тук са неразривно свързани с историята и културата, предлагайки на туристите удоволствия за душата и за тялото. 27-те винарни в града произвеждат вина, носители на множество международни награди и предлагат на любителите на виното целогодишно неограничени възможности за дегустации и винени турове из лозята и избите. Някои от тях разполагат с гурме ресторанти и барбекю на открито, а други организират образователни семинари и срещи на винопроизводители. Заедно с културните събития, тук ежегодно се провеждат и множество фестивали на храната и виното.

Ниагара на езерото е предпочитана дестинация и за любителите на активностите на открито. Тук те ще открият десетки паркове, живописни крайбрежни алеи, природни резервати и, разбира се, не на последно място - прочутия Ниагарски водопад, до който се стига за 25 минути с кола. Така вече повече от век това очарователно градче привлича туристи от цял свят и ги пленява с красотата на багрите, зелената, световноизвестния си театър, прочутите си вина, органичната си храна, елегантните спа хотели и богатата си история.



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.



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