

# ИКОНОМИКА

брой 74

юни 2017 г. / цена 5 лв.

**НАСТЪПЛЕНИЕТО  
НА РОБОТИТЕ**

**ЧУЙ  
ПАРИТЕ**

**ВЛАСТТА  
НА МАРКИТЕ**

Яник Мекушин:

**ЗНАНИЕТО Е  
НАШАТА СИЛА**

ISSN 1314-376X



9 771314 376006 >

# ИНДИВИДУАЛЕН ПОДХОД

КЪМ ВАШИТЕ КОРПОРАТИВНИ ЗАСТРАХОВАТЕЛНИ НУЖДИ



# AIS

Advance Insurance Solutions Broker JSC



СВЪРЖЕТЕ СЕ С НАС

+359 2 963 0551 [www.ais.bg](http://www.ais.bg)  
ул. Николай Хайтов 3<sup>а</sup>, етаж 4, София 1113



**ОБЩИНСКА БАНКА**

**ИМАТЕ НУЖДА  
ОТ НОВ ДОМ?**



**ЖИЛИЩЕН КРЕДИТ**

# Мечтан дом

- По-нисък годишен лихвен процент
  - Гратисен период до 12 месеца
  - Безплатна застраховка „Живот“

телефон за клиенти:

[www.municipalbank.bg](http://www.municipalbank.bg)

**0700 1 58 85**



## БРОЙ 74

- 8** НАСТЪПЛЕНИЕТО НА РОБОТИТЕ
- 20** ЛИДЕРИ В КАЧЕСТВОТО, РАСТЕЖА И ИНОВАЦИИТЕ
- 22** ЯНИК МЕКУШИН: ЗНАНИЕТО Е НАШАТА СИЛА
- 30** ВКУСЪТ НА УСПЕХА
- 32** ИНВЕСТИЦИИТЕ - УРАВНЕНИЕ С МНОГО ПРОМЕНЛИВИ
- 36** МАНИЯТА „БИТКОЙН“
- 38** ЗА МАКРОН НАЙ-ВАЖНА Е ГЕРМАНИЯ
- 42** МОРКОВ ИЛИ ТОЯГА ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КВАЛИФИКАЦИЯТА
- 48** СВЕТЛИН СТОЯНОВ: БИЗНЕСЪТ Е СЪСТЕЗАНИЕ С ВЪЗМОЖНОСТИТЕ НА СОБСТВЕНИЯ ЕКИП
- 50** АНГЕЛ ТРАКОВ: ПОСТИГАМЕ НАЙ-ВИСОКИТЕ СТАНДАРТИ В ПРЕВОЗА НА ТОВАРИ
- 52** СВЕТЛА БОЯНОВА: НАЙ-ДОБРИ СА РЕШЕНИЯТА, ВЗЕТИ НАВРЕМЕ
- 54** ЧУЙ ПАРИТЕ
- 60** МАРТИН ДЕСПОВ: СЪБИРАМЕ ДЪЛГОВЕ САМО НА СВЕТЛО И СЕ ПОЛЗВАМЕ С ДОВЕРИЕ
- 62** ФИНАНСИ ЗА ШЕСТТЕ „КИТА“ НА МОДЕРНАТА ИКОНОМИКА
- 66** БЪРЗ РАСТЕЖ С ENDEAVOR
- 68** ПРОФ. ТЕОДОРА ГЕОРГИЕВА: ИНОВАЦИИ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ТРЯБВА ДА СЕ ИЗУЧАВАТ ОТ НАЧАЛНИТЕ КЛАСОВЕ
- 72** ХРИСТО ХРИСТОВ: НАЙ-СКЪПИ СА МИ ТРУДНО НАУЧЕНИТЕ УРОЦИ
- 74** ЖЮСТИН ТОМС: ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО ОН/ОФЛАЙН
- 76** ВЛАСТТА НА МАРКИТЕ
- 78** НАЙ-ДОБРИЯТ ПРОДАВАЧ
- 80** КАК ДА ПРИВЛИЧАМЕ КЛИЕНТИ
- 82** БЕЗОБЛАЧНО ЛИ Е В ОБЛАКА
- 86** НИНА ЖЕКОВА: ИНДУСТРИЯ 4.0 Е НЕМИСЛИМА БЕЗ РАВНОПРАВНО СЪТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ ДЪРЖАВАТА И ТЕЛЕКОМ КОМПАНИИТЕ
- 88** СИГУРНОСТ В МРЕЖАТА

22



54



42



78





## РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА МИРЧЕВА,  
главен редактор



ХОРА И РОБОТИ

Роботите настъпват и вече са сред нас. Рано е да се каже, че хората ще бъдат заменени от машини, каквито са опасенията на мнозина, но вече има успешни експерименти с хуманоидни роботи и редуца предприятия въвеждат изцяло автоматизирани системи. Според прогнозите на футуролози и технологични визионери само няколко десетилетия ни делят от момента, когато човешкият интелект ще спре да превъзхожда изкуствения. Това обаче не означава непременно, че настъплението на роботите е заплаха за хората. А България може да бъде не в ролята на потърпевш от промяната, а фактор в нея. Доказателство за това са разработките на български учени в автоматизацията и роботиката, които представяме в темата на броя. Необходимо е обаче по-сериозно финансиране и насочване на усилия в тази област, защото за момента българите, които постигат успехи в полето на роботиката и изкуствения интелект, работят предимно навън. Нека не се плашим, а да бъдем част от новаторите, които ще направят следващата технологична революция. Защото според световноизвестния британски физик Стивън Хокинг успехът в създаването на изкуствен интелект ще е най-голямото събитие в историята на нашата цивилизация.

Приятно четене!

**94** ЧАТ ПРИЛОЖЕНИЯТА СА  
НОВАТА ОНЛАЙН ПЛАТФОРМА

**98** ФАКТИТЕ СА МЪРТВИ, ДА  
ЖИВЕЯТ ИНТЕРПРЕТАЦИИТЕ!

**102** ВДИГНИ НИВОТО  
4D И 5D ПРИНТИРАНЕ

**104** БЪЛГАРСКАТА ВИДЕОИГРА,  
КОЯТО СЪБРА 500 000 ЛЕВА  
ЗА ЧАСОВЕ В ИНТЕРНЕТ

**106** КИТАЙ СЪЗДАВА  
СОБСТВЕНА WIKIPEDIA

**108** ЗАЩО РОБОТИТЕ НИКОГА  
НЯМА ДА ПЛАЩАТ ДАНЪЦИ

**112** ИМА ЛИ ЖИВОТ СЛЕД ЛЕДА

**114** ВЪЗХОДЪТ НА  
ГРАДСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

**118** БИОГОРИВАТА ОТНОВО  
СА НА ДНЕВЕН РЕД

**120** БЪЛГАРСКИ ПРОДУКТИ  
ПОД КИПЪРСКИ БРАНД

**124** МОРСКА ИНВЕСТИЦИЯ ЗА  
15 МАН. ЕВРО

**126** СЛАВНИТЕ ТЕКСТИЛНИ  
ПРЕДПРИЕМАЧИ НА СЛИВЕН

**130** НОВИЯТ КИТАЙСКИ  
СУПЕР БОГАТАШ

**134** ЕСТЕ - 5 ГОДИНИ ЛУКС И СТИЛ

**136** СВЕТЛА КАРАБАДЖАКОВА:  
ВИНОТО Е НАПИТКА,  
КОЯТО ВЪЛНУВА

**138** ЦВЕТНАТА ИЗПОВЕД НА ЧЕТКАТА

**140** ПРИЯТЕЛСКИЯТ ФИЛДИНГ -  
НАЙ-КРАСИВИЯТ СРЕД КРАСИВИТЕ



94



114

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, Преслава Георгиева

Дизайн: Едуард Лилов; Фото корица: Александър Нишков; Фото: Красимир Свраков

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



## Наградиха най-добрите застрахователи и осигурители

На тържествена церемония в средата на май бяха връчени традиционните годишни награди „Застраховател на годината. Пенсионноосигурително дружество на годината и Застрахователен брокер на годината“ за 2016 г. Организатори на събитието са Вишето училище по застраховане и финанси, Асоциацията на българските застрахователи, Българската асоциация на дружествата за допълнително пенсионно осигуряване, фондация „Проф. д-р Велеслав Гаврийски“ и Българската асоциация на застрахователните брокери (БАЗБ).

**Ето при кого отидоха наградите по категории:**

- Застрахователен брокер на годината - Животозастраховане - „ЕВРО-ЛАЙФ-България“;

- Застрахователен брокер на годината - Най-динамично развиващо се дружество - „Мусала Иншурънс Брокер“ (с предишно име „Адмирал иншурънс брокер“).

- Застрахователен брокер на годината - Общо застраховане - „Ай енд Джи Иншурънс Брокерс“;

- Пенсионноосигурително дружество на годината - Допълнително задължително пенсионно осигуряване - ПОК „Доверие“ АД;

- Пенсионноосигурително дружество на годината - Допълнително доброволно пенсионно осигуряване - ПОД „Алианц България“ АД;

- Най-динамично развиващо се пенсионноосигурително дружество - „Ен Ен ПОД“ ЕАД;

- Застраховател на годината – Животозастраховане-„Алианц България Живот“;

- Застраховател на годината - Общо застраховане - „ДЗИ - Общо застраховане“ АД;

- Най-динамично развиващо се застрахователно дружество - „Дженерали Застраховане“ АД;

- Фондация „Проф. д-р Велеслав Гаврийски“ връчи за 19-а поредна годи-

на и персонални специални награди на заслужили експерти за цялостен принос в развитието на българското застраховане и осигуряване.

За цялостен принос към застраховането наградата грабна Ралица Агаин Гури, заместник-председател на КФН, ръководещ управление „Застрахователен надзор“.

Също за цялостен личен принос беше награден и Петрозар Петков - председател на съвета на директорите на „Булинс“.

Председателят на Българската асоциация на застрахователните брокери и шеф на „Инстрейд Застрахователен брокер“ Ивета Кунова беше отличена за цялостен принос в развитието на застрахователното брокерство.

Главният изпълнителен директор на ПОД „Съгласие“ АД Милен Марков взе приза за цялостен принос в развитието на осигурителните системи в България.

## Започна стажантската инициатива „Оставаме в България“



За трета поредна година Съветът на жените в бизнеса в България (СЖББ) даде началото на Националната стажантска инициатива „Оставаме в България“. Тя е насочена към най-младите бъдещи професионалисти и отново ще им даде шанс да докажат своите качества и умения, да навлязат в света на бизнеса и да получат възможности за развитие, подходяща среда и стимул за реализация в България. Патрон на инициативата е българският евродепутат г-жа Ева Майдел.

„За всеки млад човек, който тепърва започва своята кариера, е много важно да открие своите ценности и да получи подкрепа и вдъхновение, за да повярва в себе си. Това е и една от основните

посоки, в които Съветът работи активно вече няколко години – да подпомага бъдещите професионалисти в развитието и реализацията им в България“, сподели д-р инж. Боряна Манолова, председател на СЖББ и главен изпълнителен директор на Siemens България при обявяването на кампанията.

В рамките на Националния конкурс „Стажанти 2017“ кандидатите ще трябва да подготвят материал на тема „Портрет на успешния човек, когото познавам“. Крайният срок за кандидатстване е 15 август 2017 г., като кандидатите могат да изпратят своите креативни творби на сайта на Съвета в раздел „Проекти - Национална стажантска инициатива 2017“.

СТРУКТУРИРАН ДЕПОЗИТ INDEX

# ДОБРЕ ОТЛЕЖАЛ 3 ИЛИ 5 ГОДИНИ

За първи път от  
Пощенска банка

„Структуриран Депозит INDEX“ е депозит в евро за 36 или 60 месеца. Период на предлагане: от 21.04.2017 г. до 19.06.2017 г. Депозитаните средства се гарантират съгласно условията и до размера, предвиден в Закона за гарантиране на влоговете в банки.

Научи повече на [www.postbank.bg](http://www.postbank.bg) | ☎ \* 7224



**Postbank**

Решения за твоето утре

# НАСТЪПЛЕНИЕТО на РОБОТИТЕ







*В някои индустрии  
роботите вече са  
навлезли напълно  
и се използват за  
автоматизирани  
операции*

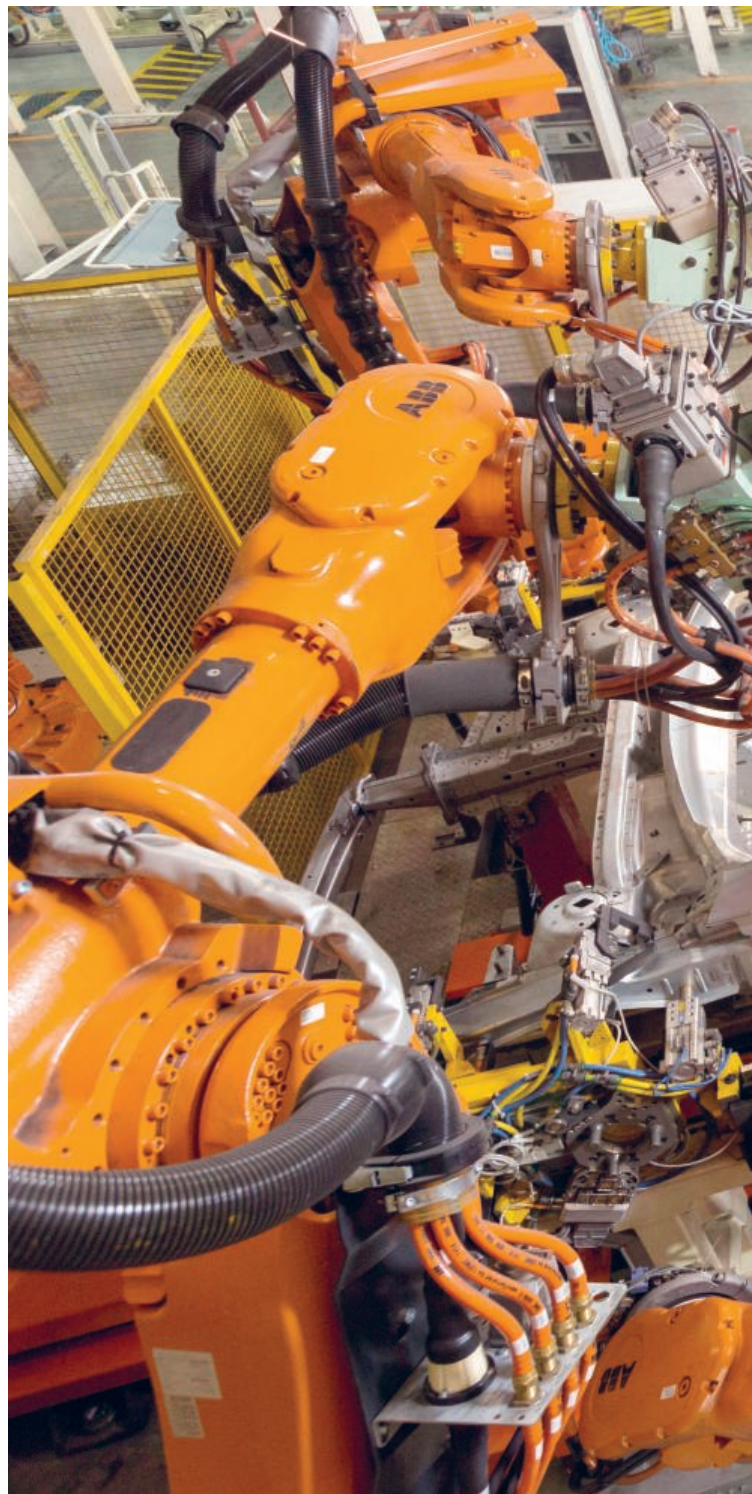
автор: **Татяна Явашева**

**Р**оботите са сред нас. Все още не е дошло времето на хуманоидите, но един ден и това ще стане, след като вече има успешни експерименти. Може би 30-ина години ни делят от технологичната сингулярност, когато човешкият разум ще спре да превъзхожда изкуствения интелект. Хора и машини ще се слоят на всички нива на битието, вещаят футуролози. Но за такова време не сме готови. И ако в България не проектираме бъдеще с роботи, то това съвсем не означава, че ще се разминем с него. За това по-добре да сме фактор в промяната, а не потърпевши от нея.

### Светло или мрачно бъдеще

Добре известно е, че думата робот (на чешки *robot*) означава принудителна работа) е въведена от Карел Чапек, който през 1920 г. пише пиесата си *Р.У.Р.* В нея той описва мрачно бъдеще, в което хората ще бъдат унищожени от машините.

След Първата световна война в производството масово навлизат поточните линии и при тази технологична промяна много хора губят работата си, а други са принудени да работят по съвсем нов начин. Автоматиката и роботиката се развиват, изкуственият интелект е новата задача на учените и близо век след Чапек известният физик Стивън Хокинг предупреди, че ако изкуственият



интелект не се управлява правилно, той може да погуби човечеството. А всъщност хората създават роботите за свое улеснение...

### Дилеми

Роботите и изкуственият интелект ще преобърнат из основи живота на хората. България вече изостава в развитието на роботиката, просто защото финансирането е твърде слабо. Иначе има немало българи, които се занимават с роботика, но най-високи резултати постигат онези, които работят в чужбина. Просто защото това, което не се прави с малко пари, става с много пари. Но не само с пари.



И тук идва един важен въпрос: Каква в този процес ще е ролята на страни като България – струва ли си да правим опити да развиваме роботика и изкуствен интелект, или да приемем ролята да отглеждаме умове, които да правят това на Запад? Или просто да оставим този въпрос на поколенията, което сега изучава основите на роботиката. Те ще са хората, от които се очаква да сменят правилата на играта, те ще решават дилемата работна или работна ръка. Или може би тези след тях...

Представяме вижданията на учени и специалисти, за които темите роботика и изкуствен интелект са лична и професионална съдба.

ПОКОЛЕНИЕТО, КОЕТО  
СЕГА ИЗУЧАВА ОСНОВИТЕ  
НА РОБОТИКАТА,  
ВЕРОЯТНО ЩЕ РЕШАВА  
ДИЛЕМАТА РАБОТНА ИЛИ  
РОБОТНА РЪКА



: БЪЛГАРИЯ БЕШЕ НА  
 : ШЕСТО МЯСТО В СВЕТА  
 : ПО ПРОИЗВОДСТВО НА  
 : ПРОМИШЛЕНИ РОБОТИ,  
 : А 30 ГОДИНИ ПО-КЪСНО  
 : РОБОТИКАТА ВЕЧЕ Е ПОЧТИ  
 : В ЗАБВЕНИЕ

Акаг. Чавгар Руменин:

## Изкуственият интелект е магията на Индустрия 4.0

**А**кад. Руменин, колко близо сме до времето, в което според футуролозите изкуственият интелект ще е следващата огромна стъпка в земната еволюция?

- Роботиката е ключова технология, която обединява изкуствен интелект, сензорика и механика. Тя е в състояние, в което бяха компютрите в началото на 90-те години – за почти четвърт век те уверено навлязоха в нашето ежедневие. Ето защо изкуственият интелект е магията, с която свързват четвъртата революция в индустриалното развитие. Счита се, че той чрез дигитална среда (софтуер) и постижения в микро- и наноелектрониката (хардуер) следва да повтори или да надмине възможностите на биологичния интелект. Оттук е и парадигмата за възможността роботът да замени човека.

**- Все пак наивно ли е да се твърди, че роботите ще заменят човека?**

- Противопоставянето е неуместно. Човешката същност е уникално творение и ние никога не ще я опознаем докрай. Зная, че има хора, които считат тъкмо обратното за истина. Помислете, къде са емоциите и творческото създаване на изобретения и художествени произведения. Човешката индивидуалност е безценен божи дар! Затова бъдещето принадлежи на органичната симбиоза и комуникация на роботизираните системи, подпомогнати от изкуствения интелект и почти неограничените възможности на човешкото същество, каквото и да значи това.

**- Как мислите - може ли изкуственият интелект от служител да се превърне в господар?**

- Известният физик Стивън Хокинг съвсем уместно пре-

дупреди за опасностите, които изкуственият интелект може да донесе за човечеството. Не ми се и мисли, ако „интелигентните“ машини, екипирани с оръжия, тръгнат срещу нас на война, изпълняващи обаче намеренията на други като нас. Не че сега няма подобни замисли. Ето защо ЕК създава кодекс за етични стандарти, правила и отговорности в роботиката.

**- Кои постижения на роботиката в света бихте открили?**

- Най-разпространената визия за роботите е хуманоидната, понеже хората и животните най-леко възприемат себеподобните си и при комуникация стресирането е минимално. Роботите може да имат различна конфигурация – по един начин изглеждат системите за окомплектоване на автомобили; по друг - нанороботите в геномиката; по трети - животоспасяващият робот „Да Винчи S“; по четвърти – устройствата за контртероризъм... Върхово постижение за тази година е роботът, променящ формата си според външните условия чрез електростатични полета при използване на особен вид флуидна материя. Впрочем подобна идея е заложена в един хитов филм от близкото минало. От съществено значение са космическите роботи и тези във въгле- и уранодобива. В някои лаборатории се експериментира и с т. нар. „облакови“ биосистеми, самоадаптируеми към средата. Роботиката е в своя зародиш, тя е в своя романтичен период, но ѝ предстои да стане номер едно в най-близко бъдеще.

**- Как се развива роботиката в България?**

- Преди около 30 години България беше на шесто място в света по производство и експлоатация на промишлени роботи, което е изключителен атестат за нашите учени и на-

Чавдар Руменин е директор на Института по роботика при БАН. Избран е за академик през 2012 г. Автор и съавтор е на повече от 300 научни публикации, три монографични труда и на повече от 130 изобретения, съществена част от които имат приложение в промишлеността. Трудовете му са цитирани повече от 8000 пъти от други автори. Неговата изследователска дейност е в сензориката, роботиката и микроелектрониката. Носител е на званията „Почетен изобретател на България“, „Изобретател на годината - 2015“, вписан е в „Златната книга на българските изобретатели и откриватели“, носител е на държавна награда за „Постижения в изобретателската и иновационната дейност и принос за националната индустрия и духовния напредък на страната“.

ционалната ни индустрия. Сега роботиката у нас страда от същата болест, както и други отрасли на икономиката. Причините са добре известни – талантливите специалисти отиват на Запад, големи проекти за работи не се финансират от бюджета, а нашите индустриалци водят борба за оцеляване. Роботиката е почти в забвение.

**- Какво е взаимодействието с бизнеса?**

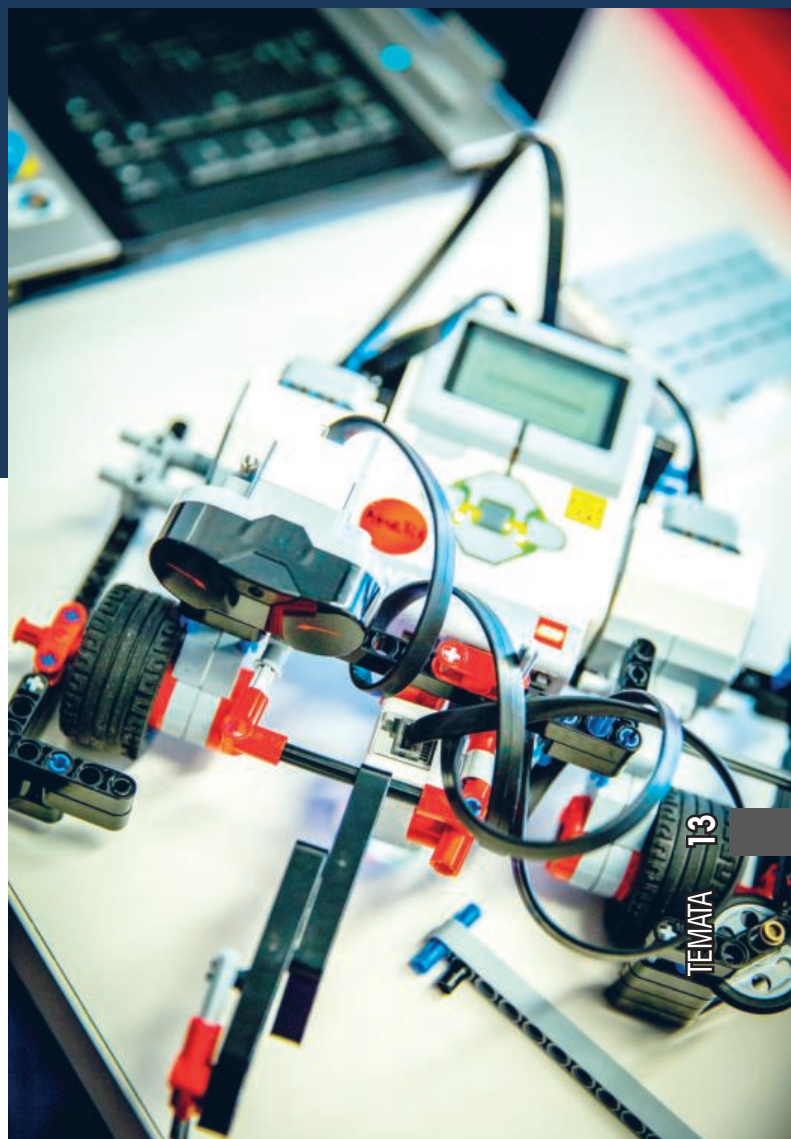
- Има само няколко фирми, произвеждащи или окомплектоващи работи за специални приложения и за хранителната индустрия. На този сив фон ще подчертая, че българският бизнес е наясно с предимствата на роботите, но стартовият капитал за тях е огромен. Следователно без държавническо разбиране и подпомагане няма как да стане „чудото“.

**- Как се финансира българската роботика?**

- Основната активност е изследователската и това става с европейски средства. Тук оптимизмът ми е, че роботиката вече не може да се заобикаля и да е незабележима, демографската криза и проблемите с работната ръка са очевидни за всички. Учениците и студентите са наясно, че бъдещето принадлежи на роботиката и в това е моята надежда.

**- Кои от разработките на учените от Института по роботика при БАН имат най-голям комерсиален потенциал към момента?**

- Нашият институт е водещата национална институция в областта на роботиката. Изследователската дейност и иновациите покриват основни приоритети като: промишлена и сервизна роботика; военна роботика; мехатронни и роботизирани био и технологични процеси и системи; сензори, микро- и наносензорни елементи и компоненти, мултисензори и безконтактна автоматика; роботизирани енергийни системи и устройства и др. Институтът по роботика е без конкуренция в страната по създадени изобретения – над 90 за последните години. Освен различните модификации сензори за автоматизацията, комерсиален потенциал имат още: Роботизираната система за денонощно въздушно наблюдение на границата; Автономният крачещ робот, който преодолява препятствия и инспектира зони с радиация, токсини, патогени и др.; Роботизираната система за обучение на деца със специфични потребности, използваща френския робот HAO, реализирана в рамките на два европейски проекта, като към нея има проявен силен интерес от множество центрове за деца и възрастни. С перспективи е изобретението, съчетаващо автономен мобилен робот и балон, с което се преодолява ограниченият капацитет на акумулаторния блок.



**- Като учен, който ръководи институт в сферата на роботиката, какво предупреждение бихте отправили?**

- Като изследовател и професионален изобретател смятам, че най-доброто послание е за спокойствие, предсказуемост и уважение към учените. Националният бюджет няма да пострада, ако се удвои финансирането за БАН. Формата, под която това би станало, нека го избере държавата.

**- Как смятате, остарели ли са законите на роботиката, формулирани от Айзък Азимов, както вече твърдят учени по света...**

- Роботиката е едновременно наука и технология в режим на постоянно развитие. Верувам ми е, че истини и закони от последна инстанция няма. Така че предизвикателствата в тази област предстоят с пълна сила.

**- Струва ли си да бързаме роботите да станат новата работна ръка?**

- Този въпрос в известен смисъл е свързан със социалната и синдикалната дейност. Моето мнение е, че за България, в условията на жестока демографска криза и ниска производителност на труда, това е наложително.



Светлин Пенков е последна година докторант по роботика и изкуствен интелект в Университета в Единбург. Освен с пряката изследователска дейност е ангажиран и с участие в университетския отбор по робофутбол (RoboCup), с който представят Великобритания на Световното първенство по робофутбол. Има повече от 8 години опит в роботиката, основно разработвайки алгоритми, свързани с машинно самообучение и машинно зрение.

Светлин Пенков:

## Роботи ще победят световния шампион по футбол до 2051 г.

**Пенков, защо се насочихте именно към роботиката?**

- От дете мечтаех да създавам роботи. Колкото повече научавах, толкова повече разбирах, че роботиката е моето призвание. Това е мултидисциплинарна наука, която включва механика, електроника, кибернетика, програмиране от ниско ниво, от високо ниво, информатика, машинно самообучение, изкуствен интелект. Аз постоянно решавам различни проблеми и уча нови концепции. Проектите, с които съм се занимавал, варират от хуманоидни роботи, играещи футбол, до проектиране на бордови компютър за космически сателит.

**- В каква сфера са научните ви интереси, над какво работите в момента?**

- Основните ми интереси са свързани с пренасяне на методи от машинното самообучение и изкуствения интелект в роботиката. Един от основните проблеми е свързан с малкото количество информация. Например при един от последните успехи, свързан с играта Го, невронна мрежа е обучена да оценява доколко е добър даден ход на базата на 29,4 млн. примерни хода. Ако накарате робот да премести ръката си толкова пъти, за да се научи как да хваща чаша, това ще отнеме цяла вечност, а и ставите на робота ще се износят може би след първия 1 милион движения. Затова изследвам методи за колаборация между хора и роботи, какви абстрактни репрезентации ще са полезни и как те трябва да бъдат научени, за да могат роботите да вземат правилни решения, независимо от околната среда, и да се учат максимално бързо.

**- Кой проблем в роботиката най-силно ви провокира**

**да се заемете с него в скоро време?**

- Приложението на роботиката поставя сериозни инженерни предизвикателства. Науката и индустрията задават различни въпроси, имат различни мерки за успех, което води до различните им посоки на развитие. Една от насоките, в които ще се фокусирам след завършването на докторантурата ми, е преодоляването на тези различия и пренасянето на най-съвременните методи в индустрията. Ярък пример за необходимостта от близка връзка между науката и индустрията в сферата на изкуствения интелект са така популярните дълбоки невронни мрежи. Невронните мрежи са известни на учените повече от половин век, но интересът на индустрията едва след 2000 г. доведе до създаването на графични карти, позволяващи бързото им обучение и приложението им при редица проблеми.

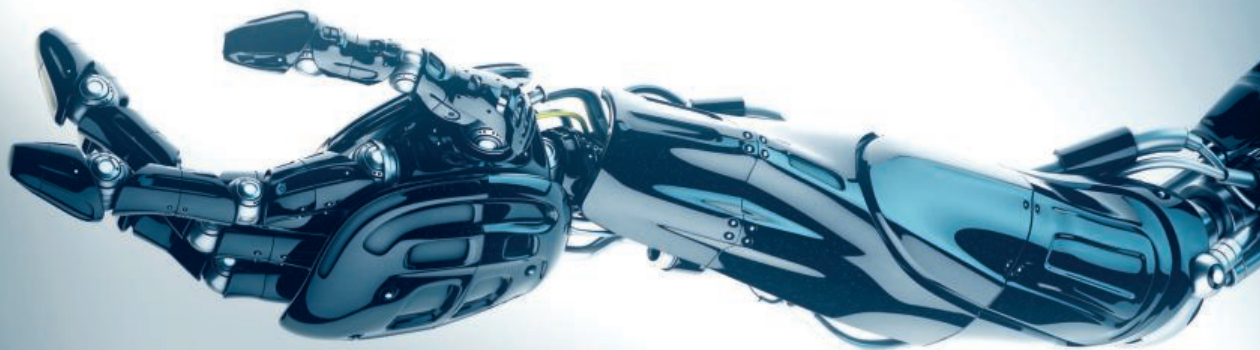
**- С кои предизвикателства трябва да се справи науката, за да може роботите и изкуственият интелект да станат част от всекидневието на хората?**

- Съществуват множество методи за решаването на всеки проблем от роботиката, който ни е известен. Много често обаче тези методи са силно експериментални и резултати са постигнати в контролирана среда. Всекидневието ни поставя в постоянно променяща се среда. Основният въпрос е как да гарантираме, че роботите и системите с изкуствен интелект ще се справят правилно с толкова разнородни ситуации, особено когато става въпрос за системи, от които зависи човешки живот. Затова най-сериозното предизвикателство е надеждността.

**- Населението на света вече надхвърля 7,5 млрд. души.**

·  
·  
·  
·

## БЪЛГАРИЯ СЕ СПРАВЯ ПРЕКРАСНО С ОТГЛЕЖДАНЕТО НА ТАЛАНТИ И МНОГО ОТ ТЯХ ЩЕ СА ТУК, АКО ИМА УСЛОВИЯ ДА РАБОТЯТ НА СВЕТОВНО НИВО



### Защо всъщност на човечеството са му нужни роботите?

- Един от начините за справяне със свръхнаселеността на Земята е космическата колонизация, а за това със сигурност ще са необходими роботи. В по-близък план смятам, че технологиите водят до подобряване качеството на живот. Въпрос на време е роботите да помагат в голяма част от тежките и опасни дейности, необходими за съществуването и развитието на човечеството.

### - Според вас кога роботите ще са сред нас?

- Зависи кои роботи. Целта на световно първенство по робофутбол (RoboCup) е отбор от роботи да победи световния шампион по футбол до 2051 г. Автомобилната индустрия ясно е задала 2021 г. като цел за автономни автомобили от ниво 4 или 5. Представата, наложена от Холивуд, за роботи с универсален изкуствен интелект не съм сигурен дали е осъществима, но съм убеден, че ще виждаме повече и повече роботи около нас.

- Какво е мнението ви за ролята на страни като България – да опитват ли да развиват роботи и изкуствен интелект, или само да отглеждат умове, които да правят това на Запад?

- Диверсификацията и либерализирането на технологиите около изкуствения интелект е изключително важно и необходимо за стабилното дългосрочно развитие на човечеството и

държави като България трябва да развиват тези технологии. Интернет и свободният достъп до най-новите научни постижения позволяват изследователската дейност в сферата на изкуствения интелект да бъде провеждана практически навсякъде. Купуването на изчислителен хардуер или работи става все по-достъпно. Основният фактор е наличието на талантиливи и мотивирани хора, както и дългосрочна визия за развитие, съобразена с глобалните тенденции. Департаментът по информатика на Университета в Единбург е един от най-големите и престижни в Европа, а българите сме втората по брой националност от международните студенти. Това е малък пример, че България се справя прекрасно с отглеждането на умове. Още по-важно е, че според многобройните разговори, които съм водил, много от тях биха се върнали или останали в България, ако имат условията да работят на световно ниво.

### - Какво ви предстои след докторантурата?

- Наесен се присъединявам към една стартираща компания във Великобритания за автономни автомобили, където ще се занимавам с проблеми, свързани с гарантиране надеждността на тяхното поведение. След като натрупам малко повече опит в бизнес среда, планирам да стартирам собствена компания - на ръба между индустрията и науката, надявам се в България. Една от целите ми е създаването на български отбор по робофутбол и ежегодно участие на световното първенство. ■



Доц. г-р Галина В. Цветкова е експерт и консултант в областта на роботиката и изкуствения интелект. Притежава докторска степен и е специализирала в Япония. Има авторски публикации в международни научни списания, както и участия в симпозиуми и конференции в чужбина и в страната. Досегашните ѝ изследвания са в областта на динамиката и идентификацията на манипулационни роботи, а като перспектива насочва своя научен интерес към сложни системи и проблеми на изкуствения интелект. Реализирала е управлението на първия изцяло български промишлен робот.

Доц. Галина Цветкова:

## Умните фабрики са желаното бъдеще

**Д**оц. Цветкова, с какво роботиката ви спечели и над какви проблеми работите в момента?

- Роботиката привлече моя научен интерес още през 1977 г., когато постъпих в БАН като инженер. Тогава моят научен ръководител ми постави задачата да проуча научните публикации, свързани с математическото описание на роботи. И досега работя в тази област. В момента се занимавам с моделиране на оптимално и безопасно движение на манипулационни роботи, които функционират в неподредена работна среда. Тази задача изисква намиране на решения за управлението на робота с цел избягване на сингулярни конфигурации (това означава особени и нежелани негови състояния), избягване на стълкновения в работното му пространство както със самия себе си, така и с обекти от околната среда.

- Имате ли практически разработки и по какъв начин ги реализирахте?

- Да, имам практически разработки. Една от тях е управлението на първия български промишлен робот, при който механика, електроника и управление беше направено с изцяло български труд. Моята заслуга беше програмирането на робота и неговата демонстрация на изложение през 1987 г. Може да се види в YouTube с ключова дума galtzvet.

- А след това? Бизнесът в България не ви ли въз-

лага конкретни задачи?

- След това нищо. Роботът не получи по-нататъшно развитие.

Всъщност имаше един опит от други колеги да повторят резултата на следващата година, но той се оказа неуспешен. Едва в последните няколко години се наблюдава реално участие на роботи при решаване на практически проблеми.

- Технологиите се развиват и какъв смисъл имат научните занимания по роботика на учениците в България, ако те не намират практическо приложение?

- Роботиката може да напредне много на базата на новите технологии. Очаквам това като поредно предизвикателство.

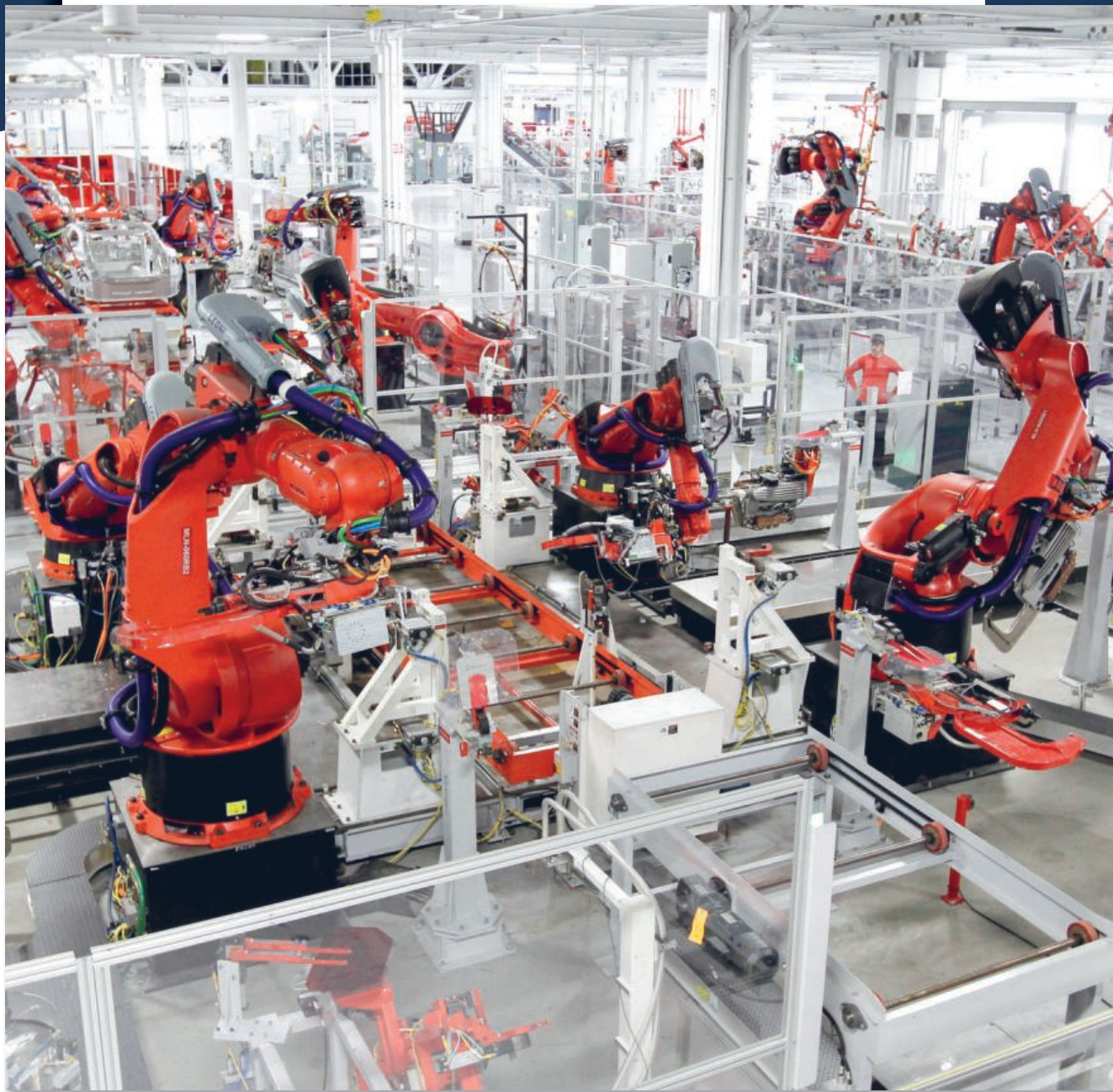
- Кой проблем в роботиката най-силно ви провокира да се заемете с него в скоро време?

- Може би това е проблемът за сензорно базирана работа на робот с обекти от околната среда, било то изследователска, свързана с изследване на далечни планети, или производствена - умните фабрики стават реалност, или социална роботика, базирана на вербална комуникация.

- Роботиката все още минава за мъжки свят. Как като жена учен се доказвате в него?



· ПРАВЯ МОДЕЛИРАНЕ НА ОПТИМАЛНО И БЕЗОПАСНО  
· ДВИЖЕНИЕ НА МАНИПУЛАЦИОННИ РОБОТИ, КОИТО  
· ФУНКЦИОНИРАТ В НЕПОДРЕДЕНА РАБОТНА СРЕДА



- Казвате „все още“. Роботиката създава новото технологично бъдеще, а мъжете все още смятат, че техническите науки са техен свят. Но жените учени и изследователи имат свой принос в това развитие. В роботиката те също намират свое поле за изява. И наистина не бих казала, че има нужда да се доказвам. Имам професионално удовлетворение от това, което правя или ще правя занапред.

- Какво бъдеще на човечеството предвиждате след 10-20 години - роботите ще бъдат ли сред нас?

- Процесът има своето развитие и роботите се „подготвят“ да бъдат сред нас. Има реални примери по света, които подсказват това. Особено внимание вече се отделя на изкуствения интелект. Тази тема вълнува все повече учени и трябва внимателно да се наблюдава развитието на процесите по-нататък.



Кирил Митов е предприемач. Той е основател на „Робопартанс Груп“ и е ангажиран с развитието на училището по роботика в страната и по света. Инженер със сериозен опит в разработването на софтуер. Завършил е Техническия университет в София, а преди това Технологичното училище „Електронни системи“, а в момента отделя по няколко часа седмично да преподава в него.

Кирил Митов:

## Повече ученици по роботика днес, повече специалисти утре

**Г**-н Митов, какво предвиждате да е бъдещето на роботиката и на изкуствения интелект до 10-20 години?

- Изкуственият интелект ще се развие на няколко етапа, като основният момент ще е така наречената сингулярност. Теоретично това е моментът, в който един изкуствен интелект може да групира информация от различни области и да решава предизвикателства върху широк спектър от проблеми. Това, което математическите модели ни показват, е, че след този момент изкуственият интелект ще е на ниво интелект на 4-5-годишно дете, но ще започне да се развива експоненциално бързо. Може би ще става два пъти по-умен всяка година, всеки месец, всяка седмица или дори всеки час. Сингулярността няма да е факт в следващите 10-20 години. Това, което ще се случи, е, че екипи от специалисти все по-успешно ще използват изкуствен интелект да обработват по-голямо количество информация по-бързо и по-качествено. Така един ден лекарят ще може за 2 минути с голяма точност да определи от какво раково заболяване страда пациентът и как да се подходи към неговото лечение.

**- Роботиката е тема, с която вашият бизнес е свързан. Какво е в момента състоянието ѝ у нас?**

- Роботиката може да се раздели на няколко големи части, сред които - индустрия и услуги, сервизни работи и изкуствен интелект. Тъй като за индустрията и услугите

са необходими по-големи инвестиции, основните възможности за развитие в България са в сферата на сервизните работи и изкуствения интелект. Тези възможности световният пазар ги предоставя, но е наистина трудно да се реализираш в тях. В България има няколко екипа и по-големи фирми с добри позиции, но като цяло имаме много път да извървим, за да бъдем разпознати като страна с позиции в тази сфера.

**- Как стигнахте до идеята да създадете училището по роботика „Робопартанс“?**

- Нашата цел е да подготвяме ученици. Логиката е проста - повече ученици в началото, повече специалисти накрая. Не всеки ученик ще стане инженер, но няма причина всеки да не опита. Основните ни постижения са в това, че покрай нас много други организации повярваха, че си струва да работят с ученици в сферата на техническите науки. Буквално ни копират и така се създава малка обучителна индустрия. Голяма стъпка за нас бе, че се разширихме към доста градове в страната и към почти цял свят, където други организации ползват нашите знания, за да работят с ученици по проблемите на роботиката.

**- Имате ли увереност, че ваши ученици ще станат значими имена в роботиката и създаването на изкуствен интелект?**

- Сигурен съм в това. Но основната цел, която съм за-

## „РОБОПАРТАНС“ ДОКАЗА, ЧЕ И В СФЕРАТА НА ТЕХНИЧЕСКИТЕ НАУКИ МОЖЕ УСПЕШНО ДА СЕ РАБОТИ С НАЙ-МЛАДИТЕ

ложил, е да работим с всички и да включваме повече хора. Това ще изгради разбиране у родителите защо е нужно да се учат технически науки и роботика. Олимпийските постижения в сферата съм ги оставил за следващото десетилетие, когато вече ще имаме достатъчно голяма общност.

**- Каква препоръчвате да е политиката на България в развитието на роботиката, щом светът се развива на-там?**

- Трябва да се зададе посоката и целта, а точно това не прави политиката. На ниво реализация на пазара наблюдавам концентрирани усилия в много специфични конкретни области. Това ще постави реализиращите ги екипи на незаменяемо ниво в съответната област. Ще изгради знанията и контактите за достъпите до пазарите и ще даде възможност за постепенно развитие на областите от проблеми, които можем да поемем.

**- Имате ли опасения, че изкуственият интелект може да премине отвъд човешкото разбиране за хуманност?**

- Изкуственият интелект не е лош и няма да е лош. Опасението е, че целите на изкуствения интелект и на хората може да се разминат и тогава ние ще загубим. Популярният пример е, че ние, хората, не строим магистрали, за да

навредим на мравките. Ние просто имаме различни цели от техните. Притеснението е, че при развитието на изкуствения интелект човечеството ще има само един шанс - да разработи интелекта по такъв начин, че неговите цели и разбираня да се доближават, даже да съвпадат с тези на хората. И тук идва проблемът - ако вкарате трима души в една стая, много е вероятно те да имат различни разбираня за добро, лошо, морал, ценности, хуманност. Как тогава да очакваме тези разбираня да бъдат описани като математически модел? Истината е, че засега не можем.

**- На шега или на истина, но кога ще дойдат роботите?**

- Роботите са тук. Всеки път като се качиш на самолет, като получиш колет, като си купиш нещо от магазина, някъде по трасето е имало не просто машина, която извършва повтарящи се дейности. Имало е машина, която е взела набор от решения. На този етап тези решения са били прости, но всеки ден стават все по-сложни. Роботите могат да генерират огромно богатство за нас като хора. Въпросът не е дали ще го направят, защото те го правят. Въпросът е как се разпределя това богатство. Това разпределение на богатството вероятно ще унищожи сегашното ни общество много преди роботите да го направят.





Носителите на наградите „КРИБ – Качество, Растеж, Иновации от България“

# ЛИДЕРИ В КАЧЕСТВОТО, РАСТЕЖА И ИНОВАЦИИТЕ

**Н**а престижната годишна церемония по време на Третия пролетен бал на Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ), който се проведе на 17 май 2017 г., бяха връчени най-авторитетните за бизнеса награди „КРИБ – Качество, Растеж, Иновации от България“. Над 400 собственици и мениджъри на компании, членуващи в КРИБ,

напълниха зала „Джон Атанасов“ в София Тех Парк.

Гости на тържествената церемония бяха министър-председателят Бойко Борисов, патрон на бала за трета поредна година, Йорданка Фандъкова – кмет на град София, Хасан Адемов – председател на парламентарната комисия по труда, социалната и демографската политика, Менда Стоянова – председател на парламентарната комисия по бюджет и финанси, Данаил Кирилов – председател на парламентарната комисия по правни въпроси, Делян Добрев – председател на парламентарната комисия по енергетика. Сред министрите присъстваха заместник министър-председателите Томислав Дончев и Екатерина Захариева, както и министрите на икономиката Емил Караниколов, на Теменужка Петкова, на Владислав Горанов, на транспорта Ивайло Московски, на труда и социалната политика Бисер Петков, на регионалното развитие Николай Нанков, на земеделието Румен Порожанов, на правосъдието Цецка Цачева, на околната среда Нено Димов, на българското председателство на Европейския съюз Лиляна Павлова, на туризма Николина Ангелкова, на здравеопазването Николай Петров, на културата Боил Банов, на спорта Красен Кралев.



Домакините на бала Кирил и Кремена Домусчиеви с министъра на финансите Владислав Горанов и съпругата му

Министър-председателят Борисов постави висока оценка на бизнеса и изтъкна, че в момента безработицата в страната е под 7%. „Ако все още бях частен работодател, какъвто съм бил пре-

## ЗА ТРЕТА ПОРЕДНА ГОДИНА КОНФЕДЕРАЦИЯТА НА РАБОТОДАТЕЛИТЕ И ИНДУСТРИАЛЦИТЕ В БЪЛГАРИЯ (КРИБ) ОТЛИЧИ НАЙ-ДОБРИТЕ В БИЗНЕСА

ди, щях да членувам в КРИБ“, заяви Борисов.

Министър-председателят връчи голямата награда в категория „Качество“ на „Дънди Прешъс Металс Челопеч“ ЕАД. Призът получи Илия Гърков, вицепрезидент на „Дънди Прешъс Металс“ и изпълнителен директор на компанията за България.

Пощенска банка бе отличена с втора награда в категория „Качество“, като наградата получи Петя Димитрова, главен изпълнителен директор и председател на УС на банката.

Голямата награда в категория „Растеж“ получи „Алкомет“ АД. Министърът на икономиката Емил Караниколов връчи наградата на Фикрет Индже, собственик и председател на Надзорния съвет на „Алкомет“.

Компанията „Тал Инженеринг“ ЕООД беше отличена с втора награда в категория „Растеж“, като наградата получи Андон Тушев, управител на „Тал Инженеринг“.

Голямата награда в категория „Иновации“ получи „Балкам Груп“ ЕООД. Заместник-председателят на КРИБ и изпълнителен директор на „Софарма Трейдинг“ АД Димитър Димитров връчи наградата на Яник Мекушин, изпълнителен директор на „Балкам Груп“.

Втора награда в категория „Иновации“ получи „Фесто Производство“ ЕООД, като наградата бе връчена на Атанас Германов, ръководител „Финанси и информационни технологии“.

Специалната награда на председателя на КРИБ за цялостен принос за развитието на икономиката в Бълга-



За трета поредна година министър-председателят Бойко Борисов (на снимката с председателя на УС на КРИБ Кирил Домусчиев) е патрон на бала

рия получи Шнайдер Електрик България ЕООД. Председателят на КРИБ Кирил Домусчиев връчи наградата на Йонуц Фаркаш, управител на Шнайдер Електрик България.

Целта на учредените през 2015 г. награди е да се стимулира качествено и иновативно българско производство. Отличените фирми ще бъдат пример за всички, които правят бизнес в България и налагат нови, по-високи стандарти в икономиката.

Основна част от приходите от пролетния бал са за развитието на „Академия Икономика“ - най-голямата инициатива на КРИБ в областта на образованието и професионалната подготовка на младите хора.



Председателят на УС на КРИБ Кирил Домусчиев и зам.-председателят Боряна Манолова посрещат кмета на София Йорданка Фандъкова (в средата)



На церемонията присъстваха вицепремиерът Томислав Дончев, както и министрите на туризма и на европейското председателство Николина Ангелкова и Лиляна Павлова



Яник **Мекушин**:

# ЗНАНИЕТО Е НАШАТА СИЛА

**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.

„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. Компанията получи голямата награда в категория „Иновации“ от годишните награди на Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България (КРИБ) за 2017 г.

ЗА ВСЕКИ БИЗНЕС  
Е ВАЖНО ДА Е  
НА ПРАВИЛНОТО  
МЯСТО В  
ПРАВИЛНОТО  
ВРЕМЕ И С  
БЛИЗОСТ ДО  
КЛИЕНТА

.....

**Г**-н Мекушин, получихте голямото отличие в категория „Иновации“ от най-авторитетните за бизнеса награди „КРИБ – Качество, Растеж, Иновации от България“, които Конфедерацията на работодателите и индустриалците даде по време на своя трети пролетен бал. С какво спечелихте този приз?

- Иновативният подход е една от основните движещи сили в Spetema. От 2003 г. кафето се произвежда в модерна, високотехнологична фабрика. Имаме капацитет да задоволим целия пазар на кафе в България, а благодарение на технологиите последно поколение сме развили процесите по преработка на кафе до съвършенство. Иновативни сме в производството, продуктите и управлението. Вярвам, че комбинацията на тези три стълба в нашия бизнес определя успеха на марката и на компанията като цяло. Ние сме любознателни, постоянно учим и проучваме. Чрез новите знания успяваме да иновираме и да адаптираме продуктите си към вкусовете, предпочитанията и навиците на нашите клиенти. Когато виждаме, че те остават лоялни към марката, значи сме се справили добре. Разбира се, това ни най-малко не ни успокоява и не ни прави инертни. Напротив, стремим се да бъдем още по-добри.

**- Всички днес говорят за иновации и технологии, но... Кое е вашето „но“ в този разговор?**

- Забравяме, че можем да общуваме лице в лице, без компютър или телефон като помощно средство. Технологиите и иновациите движат света и го развиват, но аз вярвам, че това трябва да става, за да живеем по-лесно, по-удобно и най-вече за да имаме повече време за себе си и за хората около нас.

**- България - Силициева долина на Балканите, дигитален хъб, център на едно-друго. Кое не ни достига да осъществим поне една от тези смели визии?**

- Технологичната индустрия в България е в разцвет, имаме всички предпоставки страната ни да реализира тези смели визии. Образованите, талантиви, работливи и млади предприемачи са навсякъде около нас и те могат да направят България още по-разпознаваема. Проблемите се коренят във високото ниво на корупция в страната и забавеното въвеждане на пълноценно електронно правителство. Ниските данъци, които са така привлекателни

за предприемачите и новите бизнеси, не могат да компенсират тези два основни минуса.

**- Виждате ли шанс да развием по-силна икономика и в кои сфери на дейност може най-лесно да вземем преднина?**

- Икономиката на страната става по-силна. През последните две години сме сред страните с най-силен растеж в ЕС – с над 3%, като за първото тримесечие на тази година увеличението е с 3,4% на годишна база. Това, което все още липсва като двигател на икономиката, са инвестициите. Надявам се, тази тенденция да се обърне във втората половина на годината и в следващите няколко години, като европейското финансиране в новия програмен период 2014 – 2020 и ниските нива на лихвите по кредитите неизменно ще дадат своя принос за това. А за конкретните сектори в България - в началото на годината международната компания за оценка на рисковете „Кофас“ представи доклад, според който телекомуникациите, туризмът и производството са основните двигатели на българската икономика. IT индустрията показва най-голямо развитие и именно тук виждам сериозен потенциал.

**- Вие сте човек, свързан с информационните технологии, а в началото на 90-те години избрахте бизнес, свързан с кафето. Защо?**

- Съзряхме пазарна ниша с голям потенциал за развитие. През този период в България имаше само един играч на пазара за кафе. Ние се появихме на правилното място в правилното време.

**- Как успяхте да създадете най-голямата компания на Балканите за изпичане, пакетиране и продажба на готово кафе?**

- Бизнесът ни стартира с вноса на един камион сурово кафе, фабрика под наем и закупено оборудване за обработка. Създадохме отлична дистрибуционна мрежа, която нарастваше естествено с увеличаването на обемите. От създаването на компанията през 1994 г. ние не спираме да учим. Още в началото бяхме научили повече за този бизнес и неговите специфики, отколкото всеки друг от конкурентите ни. Умеехме да планираме добре и това ни позволяваше да купуваме стоката на т.нар. delivery цени, които са по-ниски заради това, че стоката идва до два месеца. Всички други купуваха на т.нар. spot цена, за да получат стоката си веднага. Да, но ние разполагахме с предимството да продаваме едно и също качество на продукта, но

∴ НИЕ СМЕ ЛЮБОЗНАТЕЛНИ, ПОСТОЯННО  
∴ УЧИМ И ПРОУЧВАМЕ, ПРАВИМ ИНОВАЦИИ  
∴ И АДАПТИРАМЕ ПРОДУКТИТЕ СИ КЪМ  
∴ ПРЕДПОЧИТАНИЯТА НА НАШИТЕ КЛИЕНТИ







⋮ ДОБРИЯТ ПРЕДПРИЕМАЧ УМЕЕ ДА СЕ  
⋮ ВСЛУШВА В ХОРАТА И ТЕХНИТЕ НУЖДИ И  
⋮ ТАКА НАМИРА СВОЯТА НИША ЗА БИЗНЕС

при по-добри ценови условия.

**- В какво друго съзряхте своя шанс?**

- Друго наше предимство пред останалите, преди да създадем своята марка, беше идеята за т.нар. „специализирани магазини за кафе“, насочени към хората с ограничени финансови възможности. В тези магазини клиентите имаха възможност да купят каквото количество кафе пожелаят – смляно или на зърна, а в същото време да се почувстват специални. Продавачът е консултант и съветник за тях. Това приятно усещане, което се създаваше у клиентите, беше начинът, по който достигаме до потребителите.

**- В кой момент създадохте своята марка?**

- Това стана през 1998 г., когато се почувствахме достатъчно опитни и зрели. Компанията ни вече се беше наложила на пазара и хората ни познаваха. Искахме да предлагаме кафето не просто като обикновен продукт от ежедневието, а като преживяване. Така се роди и Spetema - от подобрени висококачествени зърна кафе. А през 2004 г. като естествена стъпка в развитието на компанията открихме и своята фабрика в Божурище. Това, което сме в момента, дължим на много постоянство, последователност, търпение и упорит труд. Компанията има дълга история на своето развитие, в която личното отношение към клиентите заема ключово място и до днес. Историята продължава.

**- Къде продавате и към какви пазарни хоризонти гледате?**

- Няколко са дистрибуционните канали, чрез които продуктите на Spetema стигат до нашите клиенти. Това са хотели, ресторанти и други заведения, офиси и учреждения. Продуктите се предлагат и от наши партньори – търговци на едро и дребно, а така също и чрез вендинг машини. Успяваме да сме така близо до потребителите благодарение на голямата мрежа от собствени фирмени офиси - 14 регионални и 16 представителства. От началото на 2015 г. имаме представителство и в съседна Турция, в град Измир, а от тази година можем да се похвалим и с представителство в руската столица Москва. Амбициите ни са убедително да стъпим на други съседни пазари и естествено в ЕС.

**- В какво е предимството на марката Spetema, когато в местата за продажба на кафе има и продукти на именити световни брандове?**

- Нито един друг бранд не познава предпочита-

нията на потребителите в страната, както ние ги познаваме. Дори бих нарекъл нашето кафе бутиково, защото е произведено „по поръчка“ на българския клиент. То е резултат от непрестанни проучвания на предпочитанията и навиците му. Ако утре те се променят, ние ще произведем такова кафе, което да пасне на новото желание за вкус.

**- В какво е тайната на хубавото кафе и на успешната търговска марка?**

- През годините развихме отлични партньорски взаимоотношения с плантации от четири континента и 20 държави, сред които Бразилия, Колумбия, Индонезия, Кения, Етиопия, Коста Рика. Те предоставят ексклузивно за нас висококачествени сортове кафе, които ние, с помощта на високите технологии, малко магия и много любов, превръщаме в продукт с марката Spetema. Благодарение на солидния опит зад гърба ни, имаме познанието за оптималните температура и цвят на кафето, които трябва да постигнем при изпичането му. Цветът е определящ за това доколко качествен, вкусен и ароматен е крайният продукт. Нашето кафе е средно изпечено, което позволява цветът и ароматът да се запазят по най-добрия начин. А за да бъде истински хубаво кафето, то трябва да бъде поднесено с отношение и усмивка.

**- Вие какво кафе пиете?**

- Моето кафе категорично е това, което съдържа 100% от сорта Арабика. Арабиката е най-произвежданото и най-качественото кафе в света заради богатите си характеристики – и като вкус, и като аромат. Ако отпием от него, ще усетим плодови нотки, земни тонове, цитрусов вкус. Може спокойно да се консумира и по-често, тъй като има ниско съдържание на кофеин.

**- Съосновател сте и на „Уинслоу Груп“ АД и строителните проекти са друга сфера, в която работите. Тук в какво е предимството ви?**

- Много е важно лидерът да излъчва положителна енергия и оптимизъм, да е зареден със страст за развитие, която би довела до реална промяна в екипа.

**- Чрез „Уинслоу Агро Фонд“ ЕАД правите инвестиции и управлявате селскостопански имоти. От гледна точка на земята какво бъдеще ще има нашето земеделие?**

- Земеделият сектор в България е с изключителен потенциал. Никой друг отрасъл не е претърпял

такова развитие през последния един век. Както в много други области, иновациите са от ключово значение за неговото развитие. За да бъдат конкурентни и за да използват пълноценно земята, за производителите е решаващо да внедряват новаторски решения в земеделската практика. Очаквам мярката за иновации от Програмата за развитие на селските райони да създаде възможности за приложение на нови и модерни технологии в земеделското производство. В същото време обаче експертите наблюдават една неблагоприятна тенденция – фермерите да бъдат все по-зависими от субсидиите, което буди съмнение за това дали секторът може да бъде конкурентоспособен по този начин. Фокусът на производителите следва да бъде върху създаването и предлагането на конкурентен продукт на пазара, а не върху усвояването на евросредствата. През 2020 г. ще настъпи промяна в земеделската политика и тогава ще стане ясно кой е създал устойчивост и бъдеще за своя бизнес.

**- Имате и друг бизнес. Коя за вас е „черешката на тортата“ в това многообразие?**

- На всеки един бизнес гледам като на различна „торта“, а „черешката“ е всеки един успех.

**- Как успявате с толкова „дини под една мишница“?**

- Опитът ми показва, че за да си предприемач в няколко различни области, трябва да умееш да се доверяваш. Доверявам се на хората, с които работя. Вярвам в тяхната експертиза, умения и желание за устойчиви резултати.

**- Работите в тандем с вашия брат Иван. В какво е вашата сила и в какво – неговата?**

- Силата ни е именно в това, че работим в тандем.

**- Наскоро пред сп. „Икономика“ споделихте, че инвестирате в идеи с бъдеще? Как разпознавате кое ще има сигурно бъдеще и как му давате тласък?**

- Сигурното бъдеще е оксиморон. Светът се променя с такава скорост, че ако нещо е било възможно миналия месец, то сега може да бъде абсолютно невъзможно да се случи. Така или иначе, вярвам в идеите, които съдържат в себе си промяна, гледат отвъд хоризонта, осмеляват се. Насочвам се към такива, които са в отговор на нечия нужда, или пък

предвиждат нужда, която в момента не съществува.

**- Всички се оплакват от липсата на квалифицирани кадри. Вие как намирате точните хора и как ги задържате?**

- Не вярвам, че в България липсват квалифицирани кадри. По-скоро смятам, че липсва знанието да привлечеш и задържиш впоследствие тези хора. Както вече споменах, заобиколени сме с образовани, креативни и мотивирани хора. Те може да са млади, без опит, но с желание за работа или пък експерти с дългогодишна практика. И двете категории са изключително ценни и могат да допринесат за успеха на една компания. Първите са олицетворение на бъдещето, новото, различното, а вторите – на стабилността, експертизата, те са учителя. Отношенията между работодател и служител изискват реципрочност, това е процес на постоянно доказване на професионализъм и лоялност – и от едната, и от другата страна. Този баланс трябва да търсим. Убеден съм, че в Spetema сме го постигнали.

**- Ако трябва да изнесете урок по предприемачество пред български ученици, кои са трите най-важни неща, които ще им кажете?**

- Да се вслушат в хората и техните нужди, за да намерят своята ниша и възможност; да изградят не непременно голям, но задължително доверен екип; да бъдат последователни, без да позволяват на малките успехи да ги разглезват. И още един съвет ще си позволя – задължително да предвидят план Б, за да не останат разочаровани от евентуален провал на план А.

**- Като погледнете напред в бъдещето, виждате...**

- Резултати от това, в което съм инвестирал в миналото, но също и много нови възможности, които ме очакват.

**- Представете си, че сега сте студент. Отново завършвате софтуерно инженерство. С какво ще се заемете?**

- Разбира се, с превръщането на България в новата Силициева долина.

**- Няколко ваши лични качества, с които бихте се представили пред конкурентите си?**

- Усетът ми да следвам своята интуиция през призмата на ясна бизнес логика.

⋮ НАПРЕД В БЪДЕЩЕТО ВИЖДАМ РЕЗУЛТАТИТЕ  
 ⋮ ОТ ТОВА, В КОЕТО СЪМ ИНВЕСТИРАЛ В  
 ⋮ МИНАЛОТО, НО СЪЩО И МНОГО НОВИ  
 ⋮ ВЪЗМОЖНОСТИ, КОИТО МЕ ОЧАКВАТ





BRAND  
BUSINESS  
brands companies  
SUCCESS

# ВКУСЪТ НА УСПЕХА

ПЪРВАТА ПУБЛИЧНА ПОЯВА НА СПЕЦИАЛНОТО ИЗДАНИЕ „УСПЕШНИТЕ КОМПАНИИ“ БЕШЕ В КРЪГА НА УЧАСТНИЦИТЕ. ПРЕДСТОЯТ ИНТЕРЕСНИ СРЕЩИ С ЧИТАТЕЛИТЕ

СЪБИТИЯ 30

**В**сички обичат успеха. Това се доказва от ентузиазма, с който ТОП 101 фирми се включиха в специалното издание „Успешните компании“, подготвено с общите усилия на сп. „Икономика“ и икономическия портал econoPic.bg. Вкуса на успеха по символичен начин усетиха всички участници в луксозното издание, които присъстваха на специалното представяне на книгата в изискания столичен ресторант „Есте“ на 10 май. На чаша хубаво вино гостите имаха възможност да разгледат изданието, да се видят с екипа, който го подготви, да се срещнат със свои колеги, да поговорят и да поставят началото на нови партньорства и бизнес взаимодействие.

## Идеята

Спонтанно възникна идеята успехът да обедини в едно специално издание компании с различен профил, но тя твърде бързо намери реализация. Участниците в „Успешните компании“ разказват вдъхновяващи истории за пътя, който ги е отвел до успеха, те споделят своите постижения и амбиции. Някои от тях работят предимно в страната и е достойно за уважение, щом на този малък пазар намират начин да са номер едно. Други



Инициативата „Успешните компании“ ще продължи, увери издателят Боян Томов

имат експортна ориентация и ще им кажем браво, щом са повярвали, че светът е голям и спасение дебне отвсякъде. Едни са част от мултинационална мрежа, а други в момента чертаят стратегии за растеж.

## Контакти

В специалното луксозно издание всяка компания има



своя гледна точка към растежа и възхода, наред с цялото многообразие от продукти, услуги и бизнес възможности. Понякога големият успех може да тръгне само от размяната на две визитни картички. А защо не и от срещата с „Успешните компании“. И нашият екип даде шанс именно „Успешните компании“ да станат повод за нови бизнес контакти, като направи специална вечер, в която участниците на книгата да са заедно и да си говорят не само чрез страниците на изданието. Имаме увереност, че „Успешните компании“ са повече от добра реклама за всички ТОП 101 участници и контактът с читателите ще им донесе много нови клиенти. Освен това тук има и контакт към всяка от компаниите.

### Перфектният подарък

Луксозното издание спечели високата оценка на всички, които присъстваха на тази специална вечер. Те не скриха, че са зарадвани от изключително високото ниво на крайния продукт. Успехът на „Успешните компании“ дава увереност на Боян Томов, изпълнителен директор на „Медия Иконо-

мика България“ и издател на книгата, да вярва, че това е само началото на една добра инициатива, която всяка година да представя най-добрите компании в България. Залог за успеха на подобно начинание е наличието на успешен бизнес. „Ако ви няма вас, нямаше да го има и това издание“, призна Боян Томов и допълни, че компаниите са двигателят на успешната икономика, съответно – и на успешната държава.

Луксозното издание с твърди корици вече има свой живот. Срещата в ресторант „Есте“ беше първата публична поява на „Успешните компании“. Предстоят и други интересни срещи с читателите. Тази книга със сигурност е перфектният бизнес подарък.



*Председателят на КРИБ Кирил Домусчиев и членът на УС проф. д-н Николай Вълканов също уважиха събитието*

# ИНВЕСТИЦИИТЕ УРАВНЕНИЕ С МНОГО ПРОМЕНЛИВИ

ПАРИТЕ ТЪРСЯТ СИГУРНОСТ И  
СЕ ИСКА УМЕНИЕ ДА ПЕЧЕЛИМ  
ДОВЕРИЕТО НА **ИНВЕСТИТОРИТЕ** В  
КОНКУРЕНЦИЯТА С ДРУГИ ДЪРЖАВИ







автор: **Тони Григорова**

**Б**ъдещето е несигурно, времената за инвестиции винаги са трудни, бе казал някой от най-успешните инвеститори. И все пак, искаме ли да променим средата и да превърнем България в добро място за живеене, то тук трябва максимално да улесним създаването на бизнес. А и привличането, реализацията и задържането на инвестициите е дълъг процес. Светът е отворен и растат възможностите за преместване на хора и на бизнес. Емоциите са враг на всеки инвеститор и затова прецизно се оценяват много фактори, които може да влияят върху инвестицията.

### Правилото „90/10“

Страната трябва да е по-конкурентна от други държави, които също се борят за вниманието и доверието на инвеститора. Затова е необходим индивидуален подход към всеки, който е готов да развие бизнес тук. В срещите с потенциалните инвеститори е добре да се прилага правилото „90/10“ – през 90% от времето се слуша, а в останалите 10% се говори. Само така ще разберем намеренията, вжданията или съмненията, които има даден инвеститор, а и ще узнаем какви са неговите специфични нужди, уверява Стамен Янев, изпълнителен директор на Българската агенция за инвестиции. Под негово ръководство агенцията се обърна с лице към инвеститорите и започна да осигурява индивидуален мениджър на всеки проект, който да подпомага и улеснява целия процес по реализацията на всяка сертифицирана инвестиция, независимо дали тя е от чуждестранен или от български инвеститор.

### Гъвкавост

Според Стамен Янев България трябва да предложи по-гъвкави пакети за инвеститорите, за да не даваме преднина на други страни от региона. Предишното правителство на премиера Борисов прие Иновационна стратегия за интелигентна специализация. Разковничето за засилване на инвестиционната активност е да се профилираме в определени области. Това ще направи България по-привлекателна за инвеститори в този обхват на дейност, убеден е Стамен Янев. Но за да се развива икономика на знанието, се налага държавата, науката, образованието и бизнесът здраво да си стиснат ръцете. Науката трябва да излезе от досегашните си консервативни схеми, тъй като в днешната динамика сериозен принос към нея може да имат хора без научни титли и звания, поради факта, че се разкриват нови сфери на познанието. Голямата пречка в привличането на инвестиции може да сме и самите ние, ако се оставим стереотипите да ни ръководят – казва още Стамен Янев.

### Нов поглед

Време е да се преосмислят приоритетните сфери, в които България да търси свежи инвестиции, тъй като липсата на висококвалифицирани кадри и малкият вътрешен пазар правят страната по-малко атрактивна спрямо



### БЪЛГАРИЯ КАТО МЯСТО ЗА РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕС

#### Силни страни

- + Привлекателно географско положение на пътя между Азия и Европа
- + Енергийните ресурси са все още на конкурентна цена
- + Наличие на квалифицирани кадри
- + Ниски оперативни разходи и ниски данъци

#### Слаби страни

- Малък вътрешен пазар
- Драстичен недостиг на кадри в редица сфери
- Често променяща се правна рамка, която коригира правилата на играта в движение и това създава несигурност, а и редица затруднения в работата
- Липса на предвидимост, а тя е дори по-важна от 10-процентния плосък данък
- Липса на достатъчно мерки за насърчаване на инвестициите, което води до изоставането на България от преките ѝ конкуренти на инвестиционната карта

по-големите пазари на други страни от Централна и Източна Европа. Затова инвеститори трябва да се търсят там, където досега не сме били толкова активни, смята Юлиан Михов, директор Бизнес развитие Югоизточна Европа в „ПрайсуотърхаусКупърс“. Според него туризмът, здравеопазването и земеделието може да привлекат интереса на качествен бизнес, който търси възможности да стъпи на нов пазар. Миграционната криза и Брекзит дават ниши, в които България може да се позиционира по-добре. Румъния по-успешно от нас привлича външни инвеститори, които създават развойни центрове и в тях се генерира висока добавена стойност, а ние също имаме потенциал за това.

#### Възможности

Има сфери, в които намесата на държавата е неизбежна, а и необходима. Здравеопазването и медицинският туризъм според Юлиан Михов са добра илюстрация за това. Ако управлението в системата на здравеопазването се подобри, то ще стане и по-привлекателно за инвестиции. Въвеждането на лична електронна здравна карта и като цяло на електронно здравеопазване би дало пълен контрол над НЗОК, здравните заведения, производителите на продук-

кти и изделия, свързани със здравето, а също върху търговската мрежа, в която те се разпространяват. Преди няколко години Турция въведе система на електронно управление на здравеопазването, следвайки австралийския модел. Там вече има много добри резултати с прозрачността. По този начин се гарантира по-ефективното използване на паричния ресурс, който държавата осигурява за здравеопазване. И там е имало опити за бойкот, но въпреки всичко системата вече работи и степента на удовлетвореност на пациентите според изследване на Световната здравна организация вече надхвърля 70 %. Не успяваме да използваме нашите природни ресурси, за да развиваме балнео, медицински и социален туризъм. Това изисква да се направят подходящи съвременни комплекси, в които такъв вид туристи да получават високо ниво на обслужване.

#### Бягане с препятствия

Конкуренцията между страните в региона за привличането на инвеститори налага България да предлага насърчителни мерки, допустими от законодателството на ЕС, посочва Юлиан Михов. В БАИ са убедени, че трябва да се въведат гъвкави пакети от насърчителни мер-



# Добрият пример е заразителен

✓ Някои български компании достигат висока степен на зрялост и за да си осигурят по-голям растеж, търсят външните пазари не само като възможност за продажби, но и за разширяване на производствата си. И вече има редица примери за успешни инвестиции навън – както от традиционни бизнеси, така и от компании в сферата на високите технологии. Сред тях са „Хювефарма“, „Приста ойл“, „Софарма“, „Сирма“, „Скейл Фокус“. „Минстрой“ е компанията в добивната индустрия, чийто опит може да бъде следван – тя постигна траен годишен растеж от около 30% в България и тогава предприе експанзия в Македония.

✓ Община Пловдив първо осъзна, че трябва да има специален екип, който да се занимава с бизнес развитие и инвестиции. Зам.-кмет е ангажиран с проблемите на образованието. Затова в този град сме свидетели на своеобразна индустриална революция, тъй като се наблюдава бум на производства и бизнес, който избира да се установи точно на това място. Така Пловдив се съживява и става все по-привлекателно място за работа и за живеене.

✓ След като изгради заводи в Ямбол и Сливен, японският производител на автомобилни кабели „Язаки“ започва строителството на нова производствена мощност в района между Хасково и Димитровград. Фактът, че компанията продължава да инвестира у нас, показва, че намира добри условия за растеж.

ки, покриващи нуждите на всеки отделен инвеститор. Европейското финансиране няма да е безкрайно, а вече две десетилетия не може да приемем качествено законодателство, което да насърчава публично-частното партньорство. Без него няма да може хора с пари и желание да правят бизнес, да реализират проекти с участието на държавната или общинската администрация, казва още Михов. Стамен Янев добавя, че трябва да се научим как се ползват финансовите инструменти, разработени от ЕС, и да създадем адекватна правна рамка, която регламентира например частните капиталови фондове.

## Квалифицираните кадри

Проблемът с кадрите е продукт и на българското образование. Демографският срив също се отразява на пазара на труд. Липсват достатъчно средни технически специалисти, куца практическата подготовка в учебните заведения. Владеенето на чужди езици е актив на работната сила, но то най-често е необходимо, но не и достатъчно условие за добра професионална реализация. Образованието трябва „да влезе в час“. Това обаче не са нови констатации и новият министър на образованието трябва просто да чуе гласа на бизнеса и на пазара и да предприеме адекватни промени, препоръчва Юлиан Михов.

## Насам-натам

Живеем във време, в което бързите изяждат бавните. Бавното наемане на хора със „сини карти“ проваля самата идея тук да дойдат специалисти от трети страни. Украйна, Македония и Молдова са потенциален пазар за кадри за

българската икономика, но трябва да имаме политика за тяхното привличане. Проблем е изтичането на квалифицирани специалисти от България и начин да ги задържим е като създадем добри условия да се реализират тук. Не може да достигнем нивата на заплащане във Великобритания и Франция, но пък и стандартът на живот с възнаграденията, които и тук се достигат, може да е съпоставим.

## Полет

В известния български филм „Господин за един ден“ героят на Тодор Колев разрешава дилемата кое е първично – яйцето или кокошката. Той казва, че кокошката е първичното, тъй като тя може да долети отвсякъде, но не и яйцето.

Преведено на езика на инвестициите, това според Стамен Янев означава да може да се лети по-често от и към България. Ако инвеститорът не може да дойде и да си тръгне оттук в рамките на един ден, това е загуба на време. Високотехнологичните производства изискват висока мобилност на висококвалифицираните кадри. България има потенциал да се превърне в дигитален хъб и да има лидерство в иновациите, вярва Янев. Но се искат целенасочени усилия в тази посока, а не само добри намерения в бъдеще време.

И в света на инвестициите в огледалото за обратно виждане е по-ясно, отколкото през предното стъкло. Затова ако искаме да променим инвестиционния климат, да огледаме добре какво досега ни спъва.

# МАНИЯТА „БИТКОЙН“

автор: Бисер Манолов

**Д**игитално злато“, „парите на бъдещето“, „най-голямата финансова измама на XXI век“, „истинските пари“, „победата над централните банки“, „мечтата на контрабандистите“, „най-ефективната платежна система“ и т.н. Всички тези определения, разбира се, се отнасят за биткойн. Няма никакво съмнение, че в настоящия момент се развихря истинска „биткойн мания“. За много хора случващото се може да бъде описано най-красноречиво от онзи хубав виц с шопа, който застанал пред клетката на жирафа в зоопарка, гледал, гледал го, и накрая само казал: „Е, те такова животно нема!“.

От началото на годината стойността на криптовалутата се е повишила с повече от 150% до ниво от над 2800 долара за единица в последната седмица на май. Истинска лудница, нали! Пазарната капитализация на глобалния пазар на биткойн вече надхвърля 44 млрд. долара. Втората по значимост криптовалута – етериум, е с

пазарна капитализация над 18 млрд. долара.

Какво се случва? Има ли фундаментално обяснение на това движение? Трябва да отбележим, че в интернет пространството съществуват над 500 дигитални валути. Не бих казал, че инвестирането в криптовалути наподобява инвестирането в акции. Преди да се инвестира в този „нов бизнес“, трябва да се знае едно - става въпрос за чисто казино.



## СТОЙНОСТТА НА КРИПТОВАЛУТАТА И ИНТЕРЕСЪТ КЪМ НЕЯ РАСТАТ НЕСПИРНО, НО НИКОЙ НЯМА ПРЕДСТАВА КАКВИ ЩЕ СА ПОСЛЕДСТВИЯТА, КОГАТО БАЛОНЪТ СЕ СПУКА

Не казвам, че не може да се спечели, но рискът да си загубите парите е огромен. Бих дал пример с друга популярна криптовалута, която се нарича байткойн. Количеството, което е в обращение, е в размер на 182 млрд. единици. Само за сравнение, количеството на биткойн в обращение е около 16 милиона единици. Стойността на един байткойн в момента е 0.002623 долара, т.е. под един цент. Към настоящия момент има над 10 милиона сметки в биткойн. Големи корпорации като Microsoft, Dell, Expedia и др. приемат биткойн като разплащателно средство. Броят на компаниите, които приемат биткойн, скоро ще надхвърли 100 хиляди. Броят на банкоматите в биткойн е около 400. Вече се издават дебитни карти в биткойн от фирмата Bitpay. Най-голямата японска компания за производство на банкомати ще започне производството на такива за биткойн. Японските авиолинии премат биткойн като разплащателно средство.

Както виждаме, биткойн променя изключително бързо глобалната финансова екосистема. Аз продължавам да смятам, че биткойн има много по-типични характеристики на платежна система, отколкото на валута. Но обективно погледнато, все повече инвеститори я третират като валута, а стойността на една валута зависи най-вече от доверието, което имат клиентите спрямо нея.

Вече се появили и финансови компании, които кредитират в биткойн, като търсенето е изключително активно. Лихвата на заемите в биткойн започва от 7.7%, което не е странно при тази волатилност. Притежателите на биткойн могат да пласират своите средства на та-

кива компании на изключително атрактивна доходност. Да, пазарът на биткойн е много динамичен и саморазвиващ се. Амбицията на някои държави да се намесят със съответните регулации просто ще претърпят пълен неуспех.

Трябва да отбележим обаче, че начинът на покачване на цените е като на типичен балон. Да, търсенето е голямо, но от друга страна е трудно да се намери какво точно стои зад биткойн като обезпечение, освен чисто пазарния сантимент. Алгоритъмът на създаване на биткойн е заложен така, че максималното количество, което ще бъде в обращение, е в размер на 21 милиона единици. В момента количеството е малко над 16 милиона единици.

Според някои анализатори към настоящия момент най-големите инвеститори в биткойн са китайците. Те обясняват последното полудяване на пазара с несигурността на китайската фондова борса. Не трябва да се забравя, че и сметките в биткойн са анонимни. Валутният режим в Китай ще подтиква все повече и повече китайци да поддържат сметки в криптовалута, което гарантира поддържане на интереса към този сегмент на финансовия пазар.

Докъде ще стигнем, е абсолютно невъзможно да се прогнозира. Това, че на даден етап ще има спукване на балона, е извън всякакво съмнение. Практически създаването на нови криптовалути не се регулира от никого. В момента броят им е над 500. Какво ще стане, когато броят им достигне 1000 или 5000? Правителствата гледат безпомощно, централните банкери чупят пръсти, но бе повече от ясно, че паричната им политика по безконтролното печатане на пари ще избие в някаква посока. Е, пазарът си измисли криптовалути.

А представяте ли си какво ще стане, когато се емитира първата облигационна емисия, деноминирана в биткойн? Ами, ако тя предложи на инвеститорите доходност над 5%? Е, тогава ще станем свидетели на ново полудяване на цените. Кой знае докъде ще балонизира и стойността на биткойн. Може би 3000 или 5000 долара за единица? Не знам. Знам само, че винаги, абсолютно винаги в основата на балонизиране на стойността на даден актив е паричната политика на централните банки. Ние само следваме посоката, която те ни задават.

Цената на биткойн определено е надута до пръсване, защото всички търсят алтернативи на фондовия и облигационен пазар. Наистина не ми се мисли какво ще стане, ако инвестиционните банки решат, че криптовалутите са в обсега на техния интерес. За по-смелите търговци наистина може да се окаже доста печеливша позиция закупуването на криптовалута. Аз не ви го препоръчвам, но... решението е ваше.

*\* Материалът не е препоръка за инвестиционно решение*



# ЗА МАКРОН НАЙ-ВАЖНА Е ГЕРМАНИЯ

автор: Владимир Митев

**Ф**ренски политически коментатор сравни схватката между Емануел Макрон и Марин льо Пен на френските президентски избори с дуел между таксиметровата компания Uber и Хитлер – т.е. между неолиберализма и някаква форма на фашизма. Прибързано е обаче проевропейските сили във Франция и в ЕС да отдушват с облекчение, след като Макрон –

бивш инвестиционен банкер и бивш министър на икономиката, индустрията и цифровизацията, спечели с 65% балотажа.

Във Франция президентът може да назначи премиера, председателства заседанията на кабинета, има право да свика референдум и да разпусне парламента. Но веднъж сформирано, правителството не може да бъде уволнено от

## В БЕРЛИН УСЕЩАТ, ЧЕ НАПУСКАНЕТО НА ВЕЛИКОБРИТАНИЯ СЪЗДАВА НОВИ ИМПУЛСИ ЗА ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПАРИЖ

*Веднага след избирането си Макрон се среща с Меркел и двамата се обединиха около становище за реформи в ЕС*

държавния глава, ако той няма нужната подкрепа в парламента. Така че министър-председателят, който отговаря за изготвянето на нови закони и одобряването им от националното събрание, зависи не само от президента, но и от законодателния орган.

Новосформираната партия на Макрон „Република напред“ набра скорост в навечерието на първия тур на парламентарните избори от 11 юни, но не е сигурно, че младият държавен глава ще получи мнозинство в националното събрание. Ако не стигне до него, той ще трябва да заложи на коалиция или да създава мнозинства за различни свои политически действия казус по казус.

Новото лице на френската политическа класа едва ли ще има проблеми да намери съмишленици в различните политически лагери на двете традиционни партии – Социалистическата и Републиканците. Бившият премиер Мануел Валс, в чието правителство Макрон бе министър, вече обяви, че се

присъединява към хората на новия президент. Валс изгря в голямата политика като силовик – вътрешен министър, и е известен с това, че е „дясното лице“ на обявяваната за лява Социалистическа партия на досегашния държавен глава Франсоа Оланд.

Традиционната френска десница – републиканците, също стои близо до Макрон. В крайна сметка младият политик може да идва от лява партия, но смята да съкрати броя на държавните служители, да реформира трудовото законодателство в ущърб на работниците и в полза на работодателите и прочие мерки, които френските десни подкрепят. Именно от техните среди бе излъчен премиерът Едуар Филип.

Също като Льо Пен, Макрон твърди, че не е нито десен, нито ляв, и това му позволява да разгърне експеримент, в който да привлече видни кадри от различни политически „вери“. Ако неговото движение трябва да се определи накратко, то представлява интересите на хора, отъждествявани с дълбоката държава. Виден привърженик на Макрон е Жак Атали – социолог и футуролог, който е ключовата фигура по времето на управлението на Франсоа Митеран (1981-1995 г.), довела до неолибералния завой на френските социалисти. Десен стълб на Макрон е философът Бернар-Анри Леви, който нашумя със своята дипломация между Париж и Бенгази по време на Арабската пролет и управлението на Никола Саркози (2007-2012 г.), довела до началото на френските военни действия срещу полковник Муамар Кадафи. Не на последно място бившият еврокомисар (1999-2004 г.) и бивш президент на Световната търговска организация (2005-2013 г.) Паскал Лами е довереник на Макрон и е още едно лице на глобализма сред приближените на президента.

Значението на избора на Макрон във вътрешен план вероятно ще се изразява в неговите реформи в подкрепа на бизнеса, в намаляването на данъците за компаниите, в изпълняването на инвестиционен план от 50 млрд. евро, комбиниран с оръзвания на държавните разходи. Ефектът „Макрон“ върху ЕС обаче вероятно също ще е значим.

„Докато часовникът тиктака по отношение на преговорите между Лондон и европейските държави за Брекзит, британският премиер Тереза Мей няма особен успех в опитите си да раздели ЕС – дали като привлече европейски индустриалци на Острова, дали като изкуши източноевропейци. Действително, вместо да ускори отслабването на Европа или разпада ѝ, Брекзит всъщност бе сила за събиране на държавите. Лидерите на ЕС бяха изненадани колко бързо се съгласиха по своята преговорна позиция относно Брекзита. За европейците британското напускане на ЕС и първите 100 дни на Доналд Тръмп улесниха поставянето под съмнение на простите отговори, които популизмът дава“, пише в свой коментар по повод избирането на Макрон британският в. Guardian. Очевидно победата на еврофила на френските избори предполага по-трудни преговори по напускането на ЕС за Лондон. То показва и че ядрото на съюза се консолидира, независимо от предсказанията за неминуем негов разпад под натиска на националистите.

Макрон е привърженик на мащабни реформи в ЕС в духа



Фото: Presidency de la Republique

С избора си на премиер и министри новият френски президент показва, че търси съмишленици от целия политически спектър

на „Европа на скоростите“. Той иска да бъде създаден парламент на еврозоната, европейски финансов министър и общ европейски бюджет. По тези въпроси Макрон е „по-европеец“ дори от председателя на Европейската комисия Жан-Клод Юнкер.

Подобно на германския финансов министър Волфганг Шойбле, новият френски президент е противник на еврооблигациите. Но иска да има стандарти на европейско ниво за социални права като професионално обучение, здравно осигуряване, обезщетения за безработица и минимална заплата. Това означава повече парични трансфери на европейско ниво. Германия едва ли би изоставила лесно политиката на бюджетен контрол, която налага в ЕС, за да се отпуснат коланите на европейските граждани.

В крайна сметка Макрон, подобно на много други европейски политици, анонсира в предизборната кампания единство от пропазарни и социални мерки, чрез които цели да придаде жизненост на френската икономика. Той обаче представлява интересите на същите елити, които вече десетилетия наред местят фигурите във френската политика и икономика и носят своята отговорност за проблемите в тях. Ако Макрон не успее да създаде свое трайно мнозинство в парламента, е твърде вероятно ad hoc коалициите, които направи в парламента за една или друга политика, да тушират неговите намерения, тъй като десните ще го притискат да е по-малко социален, а левите – да не дава преференции на бизнеса.

Германия гледа на победата на Макрон едновременно със скептицизъм и с надежда, пише сп. Spiegel. Седмичникът отбелязва, че успехът на младия политик дава надежди на гер-

манските социалдемократи, че може би немският народ ще заложи на тях, а те на свой ред споделят редица от идеите на французина за реформа на ЕС. Но избирателите на Меркел едва ли биха поискали техните пари да бъдат разпределяни в Европа, което ще се случи, ако идеите на Макрон за ЕС се реализират, пише Spiegel.

Според Шойбле засега няма „опасност“ Европа да се сдобие с финансов министър и хазна, тъй като това би изисквало промяна на базовите договори на ЕС. Той обаче дава признаци, че може да разхлаби примката върху разходите в ЕС след избирането на Макрон. Германският политик заяви, че „една общност не може да съществува без по-силните да плащат за по-слабите“ и че сам е изказвал идеята за общ европейски финансов министър. На свой ред Франция и Макрон дават знак за отвореност към Германия, след като премиерът Филип е немски възпитаник.

Напускането на ЕС от Великобритания отваря златна възможност Франция и Германия да превключат на по-висока скорост в своето взаимодействие и изглежда и в Берлин, и в Париж са наясно с тази реалност. Многозначителен е фактът, че едва четири дни след победата на Макрон германският външен министър и социалдемократ Зигмар Габриел представи чернова за нов франко-германски дневен ред за Европа. Той се нарича „Елизе 2.0: нови импулси за германско-френско сътрудничество“.

Преди да пристъпи към действие обаче, Макрон ще трябва да постигне успех и на парламентарните избори през юни. За да бъде силен президент на силна Франция в силен ЕС, неговите ръце не трябва да бъдат вързани у дома.



КАМПАНИЯ

организирана от КРИБ  
и списание “Икономика”

# БИЗНЕС *на* СВЕТЛО

С подкрепата на:



# **МОРКОВ или ТОЯГА** ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КВАЛИФИКАЦИЯТА





⋮ ПАЗАРЪТ Е ОТВОРЕН И АКО ЛИЧНИТЕ  
⋮ ИНВЕСТИЦИИ И УСИЛИЯ ЗА РАЗВИТИЕ  
⋮ НА УМЕНИЯТА НЕ СЕ **ВЪЗНАГРАЖДАВАТ,**  
⋮ **ХОРАТА ПРЕДПРИЕМАТ РЕШИТЕЛНА СЪПКА**

автор: **Георги Георгиев**

**Б**ългария е страна на парадоксите, като и сферата на квалификацията на кадрите не прави изключение от това „правило“. Работодателите се оплакват от липсата на квалифицирани специалисти, но малко от тях се грижат уменията на техните работници и служители постоянно да се подобряват. Дори хората сами да инвестират в надграждането на своята квалификация, системата на заплащане най-често не отчита този факт чрез увеличаване на заплащането. Изключения има, колкото да потвърдят „правилото“.

В България няма инструменти, които да мотивират хората на наемния труд да повишават квалификацията си, твърди Иван Нейков, бивш министър на труда и социалните грижи. Според него, ако има надежден стимул, с който да се гарантира, че заплатите ще растат пропор-

ционално на квалификацията, хората ще са готови на повече усилия за надграждане на знанията си. Като цяло работодателите все още търсят високопроизводителна работна ръка, готова на ниски заплати, но пазарът на труда вече е отворен. И така се влиза в порочния кръг на липсата на кадри, тъй като хората в търсене на по-добро заплащане станаха и по-мобилни. А само преди няколко години бяха упреквани, че чакат добрата работа да отиде при тях, вместо те да отидат при нея.

Морков или тояга за повишаване на квалификацията – е въпрос, който получава ясен отговор от самия пазар на труда, независимо дали ни харесва.

**По темата включваме трима специалисти, които имат своя гледна точка към проблемите.**



Детелина **Смилкова**, председател на Българската асоциация за управление на хора и вицепрезидент на ВУЗФ:

## Карьерното развитие зависи от вътрешните стимули

**Л**инейният цикъл на учене, работа и после пенсиониране се изменя в цял свят и с промените в професиите се налага постоянна допълнителна квалификация. Добре е, че има Национална стратегия за учене през целия живот. В нея е заложено до 2020 г. 5% от хората на възраст между 25 и 64 години да участват в инициативата за учене за цял живот. По данни на НСИ и според доклада на програмата обаче не се движим с желаните темпове в тази посока. През 2015 г. участието на възрастните в обучения е стигнало едва до 1,8% от работоспособното население. Този процент във Великобритания е 16, а в първенците в Европа – Дания и Швеция, е съответно 32 и 29%. Като цяло се оказваме инертни и по-скоро не сме мотивирани да се обучаваме.

Как работодателите се отнасят към проблема за квалификацията - това много зависи от сектора. Най-много в квалификацията на служителите си инвестират работодателите в областта на информационните технологии. Още през 2010-а НСИ отчете над 32 000 предприятия, които са организирали допълнителни обучения и квалификации на персонала си. Това означава, че бизнесът отдавна осъзнава нуждата, но, разбира се, предпочита да намери готови специалисти. А е реален рискът да инвестираш в служител и той да напусне, затова нерядко се предвиждат обвързващи клаузи в трудово-правните отношения за известен период след обучението. Няма официални данни как работодателите стимулират повишаването на квалификацията, но добрите практики предполагат по-добра позиция и по-високо заплащане за тези, които повишат квалификацията си.

Въпросът за повишаването на квалификацията е свързан с повече от един участник и повече заинтересовани страни. От една страна, служителите трябва да помислят и да се погрижат за собствената си квалификация и кариера, особено ако искат да са конкурентоспособни и да



растат в професията. Работодателите са изправени пред високи разходи за наемане и привличане на таланти и са под натиска на постоянно развиващите се технологии. Това ги принуждава да обучават собствените си служители и да търсят начини да ги задържат. От трета страна, университетите започват да се променят и да предлагат по-актуално и по-практично обучение, което е от полза и за служителите, и за работодателите им.

Хората трябва да имат лични стремежи, а не да търсят външни импулси, за да повишават квалификацията си – това е мое лично убеждение. И в Българската асоциация за управление на хора, където имаме специални квалификационни степени за специалисти по човешки ресурси, и във Висшето училище по застраховане и финанси, където имаме център за продължаващо обучение, наблюдаваме засилен интерес от страна на хората да повишават квалификацията си и това ни радва. Професиите се променят с всеки изминал ден. В България вече има компании за изкуствен интелект и автоматизация на процесите, които до няколко години ще направят излишни голяма част от бек офис функциите в банките и застрахователните компании. При това положение не смятам, че са нужни допълнителни стимули за по-висока квалификация. По-скоро това, което трябва да се направи, е да се формализира наученото и да се удостовери по някакъв меродавен начин. Трябва да се направи така, че получените неформални знания, умения и квалификация чрез практиката също да се признават.

∴ ВЪВ ВРЕМЕТО НА ВИСОКИТЕ ТЕХНОЛОГИИ,  
∴ АВТОМАТИЗАЦИЯТА И ИЗКУСТВЕНИЯ ИНТЕЛЕКТ  
∴ ПОЛУЧЕНИТЕ ЗНАНИЯ И КВАЛИФИКАЦИЯ ЧРЕЗ  
∴ ПРАКТИКАТА **СЪЩО ТРЯБВА ДА СЕ ПРИЗНАВАТ**

: ХОРАТА СА НАЙ-ВАЖНИЯТ БИЗНЕС АКТИВ,  
: А МАЛКО КОМПАНИИ СЕ АНГАЖИРАТ  
: С РАЗВИТИЕ НА ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ  
: УМЕНИЯ НА ПЕРСОНАЛА

Димитър Христов, управител на „Хирон - Менеджмънт консултинг“:

## Разходите за обучение носят ползи за работодателите

**П**овишаването на квалификацията не е само лична мисия, но е предимно личен избор. В епохата на четвъртата индустриална революция и глобализацията хората стават все по-малко зависими от един работодател. Принципът „учене през целия живот“ е прагматичен инструмент както в кариерното развитие на всеки, който иска да „продава“ своята работна сила, така и за работодателите, чиято цел е постигане на по-висока добавена стойност и конкурентоспособност на компанията.

Фирмите в България не са склонни да плащат за повишаване на квалификацията на своите служители и да възнаграждават по подходящ модел по-добрите умения – това се очертава като тенденция. Има изключения, но те най-често се наблюдават там, където някой друг „плаща“ сметката - например чрез грантовите схеми по ОП „Развитие на човешките ресурси“.

Като консултант, работещ с бизнеса, често съм питал работодатели какви системи за мотивация на персонала използват. За съжаление в повечето случаи такива няма. А дори там, където са назначени мениджъри по човешки ресурси, ролята им е твърде символична. Обикновено се гледа на това като на разход, без да се отчитат ползите, които този разход ще донесе. Управленските науки непрекъснато се развиват, създават се нови школи, търсят се най-подходящите методи и модели за насърчаване труда на хората, но в практиката на българските фирми това сякаш е тема, която е сложена в задния джоб на собственика. Преобладаващ процент от работодателите оправдават ниското заплащане с по-ниската ефективност на българските работници. Те знаят, че причина за това е технологичната изостаналост и затова насочват вниманието си предимно към модернизацията. В същото време оставят проблема с квалификацията и ефективно управление на персонала на по-заден план. Но изводите ми са от статистически малка извадка.



Хората са най-важният актив на фирмата – твърдят работодателите. Но независимо от тези декларации, основната грижа дори и на големи компании е да осигуряват „сравнително добри кадри“ на „относително добра цена“, а разходите за кариерно развитие, за мотивация и за продължаващо професионално обучение на персонала са сведени до минимум. Според Глобалния индекс за конкурентоспособност, измерван от Световния икономически форум в 148 държави, България е на 54-о място за 2015 г. По инвестиции в обучение на собствения персонал обаче страната се нарежда на незавидното 118-о място. Бизнесът у нас от няколко години посочва като свой най-голям проблем липсата на квалифицирана работна ръка, в същото време обучението на собствения му персонал не е сред инвестиционните му приоритети – дори когато става дума за базови професионални умения, пряко свързани с производствената дейност чрез ключови съвременни технологии. Пренебрегва се развитието и на други важни умения като иновативно и креативно мислене, работа в екип и проектна ориентация или създаване на стимулиращ климат за решаване на проблемите на качеството и производителността на фирмите. Ето защо в рамките на същия този индекс по показателя „Капацитет за задържане и привличане на таланти“ България е на незавидното 133-о място от 148 държави.

Няма универсални инструменти за мотивация и затова най-важното е мениджмънтът да постави въпроса за квалификацията на персонала като приоритет и средство за по-висока конкурентоспособност.

Пламен **Пенчев**, ръководител отдел „Европейско финансиране“ в „Приорити Консултинг“:

## Личната амбиция е най-силният двигател

**В** резултат на навлизане на технологиите във всяка сфера, както и на излизането на все повече български компании на международния пазар, изискванията към уменията на работещите динамично се изменят и стават все по-високи. В такава конкурентна среда всеки служител трябва да има силна лична мотивация да повишава своята квалификация, за да бъде адекватен на случващото се.

За работодателите, които искат да инвестират в повишаване квалификацията на своите служители, в момента има чудесна възможност това да стане с европейски средства и то при 100% финансиране. Процедурата „Обучения за заети лица“ по ОП „Развитие на човешките ресурси“ е отворена за кандидатстване до 30 юни. Тя е изцяло насочена към работодателите – микрофирми, малки, средни или големи предприятия, като целта е да се повиши способността на заетите лица да посрещнат настъпващите бързи промени на пазара на труда в резултат на структурни фактори като глобализацията и технологичните промени. Но това не е инструмент, насочен към големите предизвикателства, които Индустрия 4.0 тепърва ще налага. По-скоро е възможност заети лица да преминат професионално обучение за придобиване или повишаване на своята квалификация. Право на това имат всички, които влизат в списъка на професиите за професионално образование и обучение, утвърден от министъра на образованието и науката. Другата опция е свързана с „Общуване на чужди езици“ или с „Дигитална компетентност“. Що се отнася до дигиталните умения, те са по-скоро базови, а не толкова насочени към придобиване на върхови професионални умения. Тук инициативата е изцяло в ръцете на работодателите. Те трябва да осъзнаят необходимостта да повишат уменията на своя персонал и да планират нужните за това обучения. При одобрение на проекта, работодателят първоначално плаща за обученията на специално избрани за това лицензирани учебителни центрове, след което програмата възстановява направените от него разходи. И тъй като



инициативата за тези обучения не идва от персонала, работодателят трябва да мотивира своите работници и служители да извлекат максимума за своето професионално усъвършенстване. Опитът сочи, че подобни проекти може да са много полезни.

Отминали процедури, като „Аз мога повече“, са познат и търсен от работещите начин за надграждане на личната квалификация и компетентности. Това ставаше чрез т. нар. „ваучерна система“ и се разчиташе на личната инициатива, при която заетото лице избира какво точно обучение желае да премине и подава необходимите за това документи за кандидатстване. Като консултантска компания в сферата на европейските фондове наши клиенти са работодателите и частният сектор, а не физически лица в ролята си на служители. Но имам наблюдения, че ваучерният модел за повишаване на квалификацията дава добри резултати, тъй като много мои познати се възползваха от него.

Дали е нужен инструмент, чрез който държавата или бизнесът да мотивира хората постоянно да развиват своята професионална компетентност? Живеем във времена, където информацията е по-достъпна от всякога. Специализирани курсове и литература могат да достигнат до всеки съвременен човек, като много често дори не е необходимо да се заплаща за това. Насила никой не може да бъде накаран да повишава квалификацията си. Ако човек няма лична амбиция, ефектът би бил нулев.

⋮ В МОМЕНТА ИМА ОТВОРЕНА ПРОЦЕДУРА  
⋮ И С ЕВРОПЕЙСКИ СРЕДСТВА  
⋮ РАБОТОДАТЕЛИТЕ МОЖЕ ДА ПОДОБРЯТ  
⋮ УМЕНИЯТА НА СВОЯ ПЕРСОНАЛ

Светлин Стоянов:

# БИЗНЕСЪТ Е СЪСТЕЗАНИЕ С ВЪЗМОЖНОСТИТЕ НА СОБСТВЕНИЯ ЕКИП

48

ЛИДЕРИТЕ

**Светлин Стоянов** е изпълнителен директор на „МТГ Делфин“ АД и председател на УС на Българската национална асоциация по корабостроене и кораборемонт. Същевременно е член на УС на Българската морска камара, член на Надзорния съвет на Висшето военноморско училище, на Черноморския технически комитет на American Bureau Of Shipping и на Техническия комитет на Bureau Veritas „Hellenic And Black Sea“, а от тази година е и член на УС на КРИБ. Завършил е ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“ - специалност „Корабоводене“.





# Корабостроенето е следващото най-сложно нещо след самолетостроенето

автор: **Татяна Явашева**

**Л**идерството е отговорност.  
Основно предимство на добрия бизнес лидер е да вижда в перспектива.

В дигиталната ера се налага бизнесът да е винаги „онлайн“.

Уравнението с най-много неизвестни е без значение, стига да има решение.

За корабостроенето е добре да се знае, че е следващото най-сложно нещо след самолетостроенето.

Бизнесът е своеобразно състезание с възможностите на собствения екип.

Образцовият работодател е трудно постижимо определение.

Най-скъпият кораб, който МТГ „Делфин“ строи, е този, който носи най-голямо удовлетворение на собствениците си.

Тайната на доброто плавателно средство е в това, екипажът да му вярва.

Най-добрият бизнес партньор е този, който върви заедно с теб.

Честната „игра“ в бизнеса, но и във всяка сфера на дейност, е нещо, което за съжаление се среща все

по-рядко в съвремието.

Удовлетворение в моята работа ми носи постигането на поставените цели.

Личностите, чийто пример ме вдъхновява, са тези, които вярват в мечтите си и се борят за тях, независимо какво им струва.

Най-смелата идея, която искам да осъществя, е всички да успеем да сменим „чипа“ и да започнем да се радваме и да се вдъхновяваме и от успехите на другите.

Умението, което би ми дало предимство извън сегашната ми сфера на дейност, е да управлявам ветроходен кораб.

Когато съм извън зоната на комфорта, не се чувствам комфортно.

Невероятната случка, която имах, е да работя в сфера, в която всеки ден е различен от предишния.

Моят най-добър учител е семейството ми.

Ако можех да обядвам със световна знаменитост, бих избрал сър Ричард Брансън, за да си говорим за това как може едновременно да си успешен и да се радваш на живота.

Релаксирам чрез морето.

## ФИРМЕН ПРОФИЛ

„МТГ Делфин“ АД е компания, основана през 1991 г., като в периода 1996-2006 г. инвестира в изграждането на изцяло нов корабостроителен завод във Варна. За 26-годишната си история се доказва като надежден международен партньор на водещи корабособственици и днес е едно от най-успешните български предприятия в бранша. „МТГ Делфин“ се ползва с изключителни референции в кораборемонтните дейности и е сред водещите заводи в Черно и Средиземно море, с представители в Кипър, Гърция, Германия и Бенелюкс. Портфолиото на построените кораби е разнообразно и включва успешно построени и предадени на клиентите специализирани кораби, включително ветроходни кораби, кораби за поддръжка на водните пътища, танкери, влекачи, хидрографски и патрулни кораби. Дружеството си партнира с водещи европейски производители в сферата на корабното оборудване, радионавигационните, комуникационните и отбранителните системи.

АКО МОЖЕХ  
ДА ОБЯДВАМ  
СЪС СВЕТОВНА  
ЗНАМЕНОСТ,  
БИХ ИЗБРАЛ СЪР  
РИЧАРД БРАНСЪН,  
ЗА ДА СИ ГОВОРИМ  
КАК МОЖЕ  
ЕДНОВРЕМЕННО  
ДА СИ УСПЕШЕН И  
ДА СЕ РАДВАШ НА  
ЖИВОТА

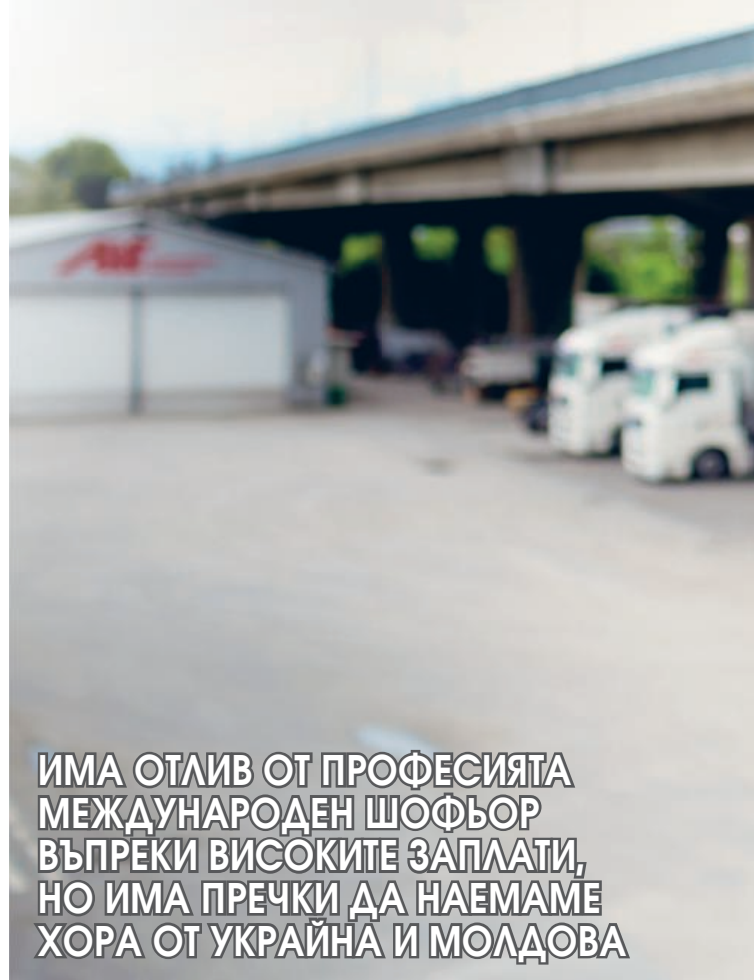
Ангел Траков:

# ПОСТИГАМЕ НАЙ-ВИСОКИТЕ СТАНДАРТИ В ПРЕВОЗА НА ТОВАРИ

**Б**ългария има традиции в транспорта и заради своето географско положение. Нейната територия може да бъде включена като част от мултимодален превоз на товари не само по шосе, а и с всички други видове транспорт – железопътен, въздушен, речен и морски. България е незаобиколим фактор и поради наличието на сериозно предприемачество в транспортния сектор. Факт е, че автопаркът на българските транспортни фирми е модерен, а качеството на работа не отстъпва от най-високите стандарти.

Липсата на кадри е единствената причина българските транспортни предприятия да не се разрастват с по-бързи темпове. Този проблем обаче не е само български, а тенденцията да се вдига възрастта на водачите на автомобилите и да има недостиг на квалифицирани професионалисти в сектора е европейска. Неколкократно Европейската комисия констатира в свои доклади, че тази професия е непривлекателна за младите хора поради липса на перспектива за кариерно развитие и незадоволителен баланс между личен и професионален живот. Затова ЕК предприема редица мерки да измени правната рамка, но без обаче да си дава сметка, че тези промени се отразяват на лоялната конкуренция в Европа и на свободното предоставяне на услуги. Към този проблем се подхожда бюрократично, като се въвеждат реално неизпълними изисквания, без да се отчита спецификата на професията. За пример ще дам последните изменения, които някои европейски държави въведоха, и ЕК ги подкрепя. Въвежда се изискване шофьорът на автомобила да прави задължителната 45-часова пауза извън борда на автомобила, като се сочи за мотив подобряването на социално-битовите условия на работника. Спорно е дали тази цел ще бъде постигната с престой на шофьора извън автомобила и дали това подобрява условията, при които работи, още повече че оборудването на съвременните товарни автомобили е съобразено със задължителните почивки, които правят водачите. Тези необмислени изисквания рефлектират върху отговорността за натоварената стока, която често заедно с автомобила е на стойност стотици хиляди евро.

За младия европейец тази професия е неатрактивна, което наложи порочната практика, при която превозвачи от Западна Европа да се „установяват“ фиктивно на територията на България, без да имат реални бази и административен персонал. Ползват само по-ниския корпоративен данък, като същевременно създават сложни и неясни схеми за набиране на български шофьори. От това губи бизнесът, губи и държавата, тъй като декларираните от тези фирми обо-



**ИМА ОТЛИВ ОТ ПРОФЕСИЯТА  
МЕЖДУНАРОДЕН ШОФЬОР  
ВЪПРЕКИ ВИСОКИТЕ ЗАПЛАТИ,  
НО ИМА ПРЕЧКИ ДА НАЕМАМЕ  
ХОРА ОТ УКРАИНА И МОЛДОВА**

роти не са действителните. Възползвайки се от трансграничния и силно мобилен характер на сектора, тези фирми осъществяват дейност на ръба на закона.

Българският превозвач е принуден да се бори не само срещу европейските административни пречки, които нарушават лоялната конкуренция и свободното предоставяне на транспортните услуги, но среща и неразбиране от страна на държавната администрация на основните проблеми в българския автомобилен сектор - осигуряването на кадри и слаб мониторинг на условията на установеност на транспортните фирми.

Наблюдава се тенденция много млади хора от Украйна и Молдова с български произход да искат да упражняват тази професия, но се сблъскват с непреодолими на този етап трудности. Намираме за оправдано държавата да облекчи процедурите за тези хора да работят в страната. Професията на международния шофьор е една от най-добре плате-

**Анжел Траков** е собственик на компанията за международен транспорт „АИТ Интернешънъл Транспорт“ ЕООД, която създава през 1996 г. Тя осъществява превози основно в страните от ЕС. Седалището е в Пловдив, но фирмата разполага със свои терминали в Барселона, Испания. През 2014 г. Анжел Траков е избран за председател на Съюза на международните превозвачи, който е най-голямата браншова организация в България в тежкотоварния автомобилен транспорт.



ните в България и осигурява добър стандарт на живот. Още повече че българските работодатели осигуряват некратки престои на своите водачи в България. Необходимо е държавата да провежда далновидна политика и да предвиди специален ред, по който да осигури достъп на бесарабските българи до трудовия пазар в международния транспорт.

Другият проблем, свързан с неефективния контрол от Изпълнителната агенция „Автомобилна администрация“, може да се реши като държавата прехвърли част от правомощията на тази агенция към друг национален орган, в който участват браншовите организации в транспорта. Това, от една страна, ще гарантира прозрачна и конкурентна бизнес среда, а от друга страна, професионално-експертният подход ще повиши професионалната квалификация и ще прекрати съмнителните практики.

Проблемите на международния автомобилен транспорт на европейско ниво са свързани с непосилните администра-

тивни пречки, наложени от законодателствата на държавите от Западна Европа, най-вече Германия, Австрия и Франция, които се явяват пречка за свободно предоставяне на транспортни услуги. Затова и в последните месеци се забелязва активиране на браншовите транспортни организации от Централна и Източна Европа, които искат елиминирането на тези тежести поради противоречието им с правото на Европейския съюз. Превозвачите от ЦЕИ търпят безпрецедентен натиск от глоби и открито дискриминационно отношение. Много от тези браншови организации търсят сдружаване на европейско ниво, за да установят диалог с европейските институции и от първо лице да поставят своите проблеми. Този процес не бива да бъде подценяван, доколкото стабилността на европейския пазар зависи от поддържането на надеждна транспортна и логистична мрежа. Време е на дневен ред да бъдат поставени и решени въпросите за свободното предоставяне на транспортните услуги и да се иска еднаквото тълкуване и прилагане на европейските регламенти, които регулират този сектор.

Светла Боянова:

# НАЙ-ДОБРИ СА РЕШЕНИЯТА, ВЗЕТИ НАВРЕМЕ

автор: **Татяна Явашева**

**К**огато си и финансов, и изпълнителен директор, носиш костюми по-често. Съвместяването на две отговорни позиции изисква много добро планиране на времето, адекватно разпределение на задачите към екипа, подреждане на приоритетите за деня. Първо важните или първо спешните задачи - това е уравнението, което решавам всеки ден. А всяка задача обикновено е и двете.

**Финансовият свят минава за мъжки, но** дамите се справят също толкова добре, даже в определени ситуации и много по-добре.

**Най-голямото предизвикателство за мен като финансов директор е** да намирам най-ефективните начини за постигане и реализация на заложените планове.

**Добър финансов директор според мен е този, който** знае как да балансира. В бизнеса, а и в живота едно от най-важните неща е да постигаш равновесие. Бизнесът изисква постоянни решения кое как да се направи по най-добрия начин, кое си струва цената, какво може да се оптимизира и всичко това, пречупено през призмата на екипа, интереса на компанията и на клиентите.

**От гледната точка на финансиста земеделието е бизнес** с много променливи.

**Пряката ми работа показва, че „камъчето в обувката на българските фермери“ е** липсата на планиране и оптимизация на производството. Земеделieto е сектор, в който страната ни има традиции, но за съжаление технологичното обновяване и ефективността в бранша значително изостават.

**Субсидиите в земеделието са** механизъм за стимулиране на сектора и помогнаха на страната ни отново да

възроди традициите в селското стопанство. Но не всички фермери се възползваха от тях по най-добрия и ефективен начин за развитие на своя бизнес.

**Казвам ДА, когато** идеите са защитени с разумни аргументи. Обикновено очаквам да чуя дали има вариант „В“ или „С“ за разрешаване на дадена ситуация.

**При мен се влиза** подготвен. Екипът ми знае, че очаквам конкретни отговори.

**Опитът ми на финансов мениджър ме научи, че** цифрите са по-важни от думите, но най-добри са решенията, взети навреме. Уменията могат да се усвоят, но характер – или имаш, или не.

**Мои „златни“ правила в работата са:** Не закъснявай, бъди откровен, поемай отговорност.

**В бизнеса не може да разчиташ на доверие, а на** добре обоснован план и на рационални доводи. Затова числата винаги са добър измерител.

**Гласувам кредит на доверие** единствено на служителите си, защото знам колко са добри.

**Поемам риск, когато** съм наясно с конкретната полза и евентуалната загуба.

**Опасната зона, която може да подхлъзне всеки, е** подценяването – на ситуации, казуси, хора. Големите неща са изградени от дреболии.

**Определението „Желязна ръка в кадифена ръкавица“** подхожда на жени като мен.

**Избрах финансовата сфера като** поприще за профе-



**сионална изява, тъй като** съчетава отлично стратегия и силен характер. Мит е, че финансистите са скучни хора, без въображение. Напротив, професията изисква много повече креативност и комбинативно мислене, отколкото хората си мислят. Просто нашите изходни материали са финансовите показатели и числата. А накрая - дали добре си си свършил работата или не - ясно се вижда в графата „печалба“ или „загуба“ за компанията.

**Реакцията, когато непознати разберат, че съм финансов директор,** най-често е любопитство как се справям.

**Твърдението за финансистите, което ме разсмива:** че винаги първо казват „не“. Напротив – ние сме точно онези хора, които казваме „да“, но само на разумна цена.

**Любимият ми анекдот за финансти:** Финансовият директор и главният счетоводител правят баланса. Преуморени са и късно вечерта единият пита колко месеца има годината. Десет, без ДДС, отвръща другият.

**Светла Боянова** е изпълнителен директор на „Агрион Финанс“ - специализирано дружество за кредитиране и лизинг за агросектора, част от „Агрион Инвест“. Тя е и финансов директор на „Агрион“. Притежава магистърска степен по счетоводство и контрол и по маркетинг от Стопанската академия в Свищов. Кариерният ѝ път е изцяло свързан със сектор земеделие, като от 2006 г. насам заема различни ръководни постове. Светла Боянова е носител на приза „Мистър и Мисис Икономика“ 2016“ в категория „Земеделие“.

# ЧУЙ ПАРИТЕ



автор: **Татяна Явашева**

фото: **Красимир Свраков**

**О**диторската професия има своето място и тя вече е строго регламентирана като дейност. Независимият финансов одит е съществувал в България от 1931 г. до 1948 г. в лицето на институцията на заклетите експерт-счетоводители. През 1948 г. е приет първият български закон за счетоводството и с чл.50 от него Институтът на заклетите експерт-счетоводители е закрит. Впоследствие този закон отпада и започва регламентиране на счетоводната дейност с наредби.

Но с вятъра на промяната влиза в сила Закон за сче-

товодството, одобрен от Великото народно събрание на 3 януари 1991 г. Така независимият финансов одит се възстановява у нас и одиторската професия се възражда. Тя включва също така и консултантска дейност в областта на данъците, управлението, информационните технологии, вътрешния одит и други дейности. За да може да извършва одит по закон, дипломираният експерт-счетоводител трябва да е вписан в регистъра на Института на дипломираните експерт-счетоводители (ИДЕС), да отговаря на определени изисквания и условия и постоянно да ги поддържа. Регистрираните одитори и ИДЕС подлежат на независим



публичен надзор, който се осъществява от Комисията за публичен надзор над регистрираните одитори.

Ще припомним, че думата одит произлиза от латинското „audio“ (слушам). И ще напомним, че гиганти изчезнаха от днешната икономическа реалност подобно на динозаврите, защото никой не е „чул“ кънтежа на кухо. Но това са твърде дълбоки води, в които сега е по-добре да не влизаме.

**Представяме двама одитори с най-висока репутация и признание от професионалната общност.**

**ВЯТЪРЪТ НА ПРОМЯНАТА  
ВЪЗРОДИ ОДИТОРСКАТА  
ПРОФЕСИЯ И ТЯ ИМА  
СВОЕТО ВАЖНО МЯСТО  
ЗА ФИНАНСОВОТО  
ЗДРАВЕ НА БИЗНЕСА**

Велин Филипов:

# Компромисът с качеството може да е фатален

**Г**-н Филипов, кои са някои от задачите, които са в дневния ред на ръководството на ИДЕС в момента?

- Одиторската професия в световен, европейски и български контекст е в криза и под сериозен натиск, за което има и обективни, и субективни предпоставки. Ключовата задача пред ИДЕС е да насочим усилията си за възстановяване на общественото доверие в одиторската професия посредством установяване и налагане на изисквания и процеси, които да гарантират, че членовете ни са еталон за етика, независимост и професионализъм.

**- Посочете някои от проблемите, пряко или косвено свързани с вашата работа, които все още не намират решение...**

- От края на 2016 г. е в сила ново одиторско законодателство. Приоритет за ръководството на ИДЕС е да направи много внимателен и задълбочен анализ на новия закон и да започне поредица от срещи и разговори с представители на надзорните органи, бизнес организациите, законодателната и изпълнителната власт с цел да бъдат направени нормативни промени, които да преодолеят констатираните проблеми и недостатъци в него. По отношение развитието на счетоводното законодателство и практика в България имаме концепция за създаване на Национален съвет по счетоводство. Ще я дискутираме с професионалните организации и бизнес средите и в случай че получим от тях подкрепа, нашите предложения ще бъдат представени пред изпълнителната и законодателната власт.

**- Къде стяга обувката на българската данъчна политика, има ли нещо, за което настоявате да се коригира?**

- Отчетливо впечатление прави фактът, че специализираната държавна администрация не прави задълбочени предварителни обсъждания с бизнеса и професионалните организации и без съгласуване въвежда идеите, практическите указания и предложенията за изменение в данъчното и осигурителното законодателство. Въпреки опитите в последните години и направените множество предложения за усъвършенстване и развитие на данъчното и осигурителното законодателство вижданията на бизнеса и на професионалните организации не се подлагат на обсъждане и с определени изключения не намират място в нормативната уредба. Затова си струва внимателно да се обмисли създаването и институционализирането на обществен съвет или на орган, в който да участват представители на администрацията, на бизнеса и професионал-



ПРЕДЛАГАМЕ СЪЗДАВАНЕТО НА НАЦИОНАЛЕН СЪВЕТ ПО СЧЕТОВОДСТВО И ОБЩЕСТВЕН СЪВЕТ, КЪДЕТО ДА СЕ РАЗГЛЕЖДАТ ПРЕДЛОЖЕНИЯТА ЗА ПРОМЕНИ В ДАНЪЧНОТО И ОСИГУРИТЕЛНОТО ЗАКОНОДАТЕЛСТВО





**Велин Филипов** е зам.-председател на УС на Института на дипломираните експерт-счетоводители (ИДЕС) от 2014 г. и пряко отговаря за законодателството и методологията. Той е създател и управляващ съдружник на икономическа група „Филипов и партньори“, която предлага професионални услуги в областта на данъците, счетоводството, независимия финансов одит, правото, бизнес консултирането и професионалното развитие. „Филипов и партньори“ е определена за данъчна консултантска кантора за 2014 г. за България от Finance Monthly Global Awards и за данъчно-правна кантора за 2015 г. за България от Lawyer Monthly Legal Awards.

ните организации. Съветът следва да разглежда идеите и предложенията в техните принципни аспекти - по същество, а техническите - по съдържание. Времето изглежда подходящото за неговото сформирание, доколкото има много силен фокус и в държавното управление в областта на работата на приходните агенции – създаване на специална парламентарна комисия и назначаването на ресорен зам.-министър на финансите.

#### **- На какво бихте искали да обърнете внимание?**

- Бих искал в обозримо бъдеще да видя едно по-високо обществено признание и уважение към счетоводната и одиторската професия. На този етап като че ли изглеждат в известна степен подценени, включително и във финансов аспект. Разбира се, това е сложен и многопластов процес, който предполага много усилия и доказване от самите професионални среди. Може би е дошъл моментът на по-висок глас да се постави и обсъди темата за развитието на счетоводната професия в контекста и изискванията на Международната федерация на счетоводителите. Внимателно, разумно и постепенно... Това не може да бъде самоцел или панацея. Но подобна мярка в комбинация със споменатия по-горе съвет по счетоводство безспорно ще доведе до по-високо качество и надеждност на финансовата отчетност и информация, което е важно и за бизнеса, и за обществото. Тогава ползите и уважението ще са взаимни, а това ще се отрази благотворно на стопанската среда.

#### **- Как изглежда постоянната промяна през погледа на одиторите?**

- Постоянните изменения в законодателството и регулациите създават несигурна професионална среда, а водят и до редица проблеми.

Целта пред законодателя и професията следва да бъде създаване на балансирана, ясна и последователна нормативна и регулаторна рамка, което да намали разходите и да осигури необходимата предвидимост и стабилност за одиторските практики, елиминираща в максималната възможна степен възможността за грешки. Това би икономисало ресурси и би позволило одиторите да насочат енергията и усилията си към усвояване на нови знания и умения и да разгърнат професионалния си потенциал.

#### **- Коя, образно казано, е „динената кора“, на която одиторът не бива да стъпи?**

- Одиторът не бива да допуска компромис с качеството на одиторската услуга и професионалната си дейност, етиката, независимостта и морала си. Компромисът би бил „динената кора“. А всяко подхлъзване може да има непредвидими последици... Най-новата ни история го доказва.

#### **- Каква е вашата мярка за професионализъм?**

- Професионализъмът е състояние на ума и духа. Въпреки че това е една сложна и субективна категория за дефиниране, мога да я определя като комплекс, микс от стойностни критерии и качества - професионална експертиза, честност и почтеност, самодисциплина и креативност.



Рени Йорданова:

# Добрият одитор има око за рисковете

**Г**оспожо Йорданова, с какво одиторската професия ви плени и стана ваша съдба?

- През 1991 г. България първа от страните в Източна Европа прие Закон за счетоводството, в който беше предвидено възстановяването на одиторската професия и за всеки професионалист с амбиции беше мечта да се присъедини към нея. Така създадохме нашата одиторска фирма АФА. Това беше възможност за ново начало. Вложихме сърце и душа, енергия и амбиция и одиторската професия се превърна в съдба.

**- Как допринасяте за развитието на тази професия в България?**

- За да се поставят основите на професията по правилен начин, десет избрани експерти положиха изпита си за дипломиран експерт-счетоводител пред международна комисия. Имах шанса да съм една от осемте, които успешно издържаха изпита. За нас, първите дипломирани експерт-счетоводители, налагането на професията беше голяма отговорност. През годините аз съм била член на изпитни комисии за придобиване на правоспособност за дипломиран експерт-счетоводител, член на УС на Асоциацията на дипломираните експерт-счетоводители, председател на Тълкувателната комисия по въпроси на счетоводното и одиторското законодателство, председател на Контролния съвет на ИДЕС. В АФА също винаги сме се стремили да прилагаме високи стандарти на професионализъм и качество на работа. В развитието на професията важна за мен бе и преподавателската ми работа в УНСС в катедра „Счетоводство и контрол“, а по-късно и в Стопанския факултет на СУ „Св. Климент Охридски“.

**- Какви качества трябва да притежава, а и да развие всеки одитор, за да е уважаван като професионалист?**

- Най-лесният отговор е да се изброят изискванията на одиторските стандарти и Етичния кодекс. Но най-важното е одиторът да вдъхва уважение и доверие у своите клиенти и в обществото, най-вече чрез резултата от одиторската работа – одиторския доклад. Това става, когато одиторът е безспорен професионалист с широк поглед и знания в много области, умее да вижда, да анализира и преценява рисковете за клиента, да има морала и етиката да отстоява независимо мнение.

**- Правилата в тази професия се менят. Как поддържате постоянното темпо да сте винаги в крак с промените?**



**РЪКОВОДСТВОТО НА ОДИТИРАНАТА КОМПАНИЯ НОСИ ОТГОВОРНОСТ ЗА ДОСТОВЕРНОСТТА НА ФИНАНСОВИТЕ ОТЧЕТИ, А ОДИТОРЪТ - ЗА ИЗРАЗЕНОТО ОДИТОРСКО МНЕНИЕ**

**ните?**

- Това е едно от най-големите предизвикателства, защото одиторът трябва да притежава комплексна експертиза. В АФА имаме изградена система за проучване на промените в законодателството и за идентифициране на потребностите от обучение на целия ни екип, включително в контекста и на съвременните тенденции на развитие на бизнеса и технологиите. Провеждаме системно вътрешно обучение на всички колеги. Каним изявени лектори и изпращаме хора на добри външни семинари. Наблюдаваме новостите и насърчаваме придобиването на различни професионални квалификации.

**- Каква е отговорността на одитора? С какво не бива да се правят компромиси?**

- Отговорността на одитора е прекомерно нараснала съгласно последните промени в областта на одиторското законодателство, особено по отношение на предприятията от обществен интерес. Но идва в повече тенденцията да ни се

**Рени Йорданова** е управляващ съдружник на АФА - най-голямата консултантска и одиторска фирма с българско участие, създадена през 1991 г. АФА предоставя услуги в сферата на одита, корпоративните финанси, бизнес консултирането, счетоводството и обработката на работни заплати, данъчните услуги и специализирани обучения. Рени Йорданова започва професионалния си път през 1981 г. в сферата на финансите и счетоводството в най-големия машиностроителен завод в България - ЗЕМ „Васил Коларов“, където бързо се развива и става главен счетоводител. После работи като методолог по финанси, анализ и счетоводство в „Българска кинематография“. Тя е сред хората, които възраждат одиторската професия. През 90-те години на миналия век е била един от съдружниците при основаването на „Делойт и Туш“ в България, а по-късно управляващ съдружник на съвместното дружество „Ърнст и Янг АФА“.



вменяват допълнителни отговорности по реда на различни закони, които излизат извън рамките на професията, изискванията на одиторските стандарти и стандартната ни компетентност. Ще обърна внимание и на отговорността през друга призма - да бъдем гарант, че използването на информацията от одитираните от нас финансови отчети ще даде възможност на потребителите ѝ да направят своите разумни преценки и адекватни решения. С това не трябва да се правят професионални компромиси. И то не само заради законовите отговорности и възможни последици за одитора, а заради професионалния и човешки морал - защото в много от случаите неправилно прецененият одиторски риск може да доведе до сериозни последици за много хора.

**- Кое препоръчвате да е водещо при избора на одитор?**

- Доверието и убедеността, че одиторът с професионализма и с натрупания опит не само потвърждава достоверността на финансовия отчет, но с независимия си поглед допринася за подобряване работата на контролните системи, за по-доброто управление на рисковете, за по-качествени финансови отчети и адекватно корпоративно управление и култура. Също така той постоянно обменя знания с екипа на клиента си.

**- Всяка професия по свой начин мери постижения-**

**та и заслугите. Какви измерения има професионалното признание при одиторите?**

- За нас удовлетворението от работата идва, когато усещаме доверието на клиента. Когато знаем, че той очаква не просто потвърждаването на отчета чрез подписа и поставянето на одиторския печат, а нашата независима проверка да потвърди, че дейността е в съответствие със законовите изисквания и да даде допълнително спокойствие както на ръководството на дружеството, така и на неговите собственици. Това не се измерва със санкцията на закона.

**- Кои са проблемите, с които се сблъскват одиторите и одиторската професия?**

- Това е дълга тема, която не може да се изчерпи в едно интервю - най-големият проблем е наложеното разбиране, че основно одиторът е виновен при некоректни финансови отчети, без да се вземе предвид, че ръководството носи отговорност за достоверността им, а одиторът - за изразеното одиторско мнение. Така професията загуби своя престиж и доверие и най-големият проблем е дали намираме правилния път и средствата тя да се възстанови. Защото иначе обществото губи. Ще напомня, че всички са чували за „вината“ на одиторската компания „Артур Андерсен“ в големия международен скандал при фалита на „Енрон“, но колко хора знаят, че в дългия съдебен процес одиторът беше оправдан.

Мартин Деснов:

# СЪБИРАМЕ ДЪЛГОВЕ САМО НА СВЕТЛО И СЕ ПОЛЗВАМЕ С ДОВЕРИЕ

**Г**-н Деснов, с охота приехте да се включите в рубриката „Бизнес на светло“, вдъхновена от едноименната кампания на КРИБ. Защо?

- Защото нашата индустрия се разви, а преди десетина години тя се възприемаше изключително негативно. Постепенно компаниите от Асоциацията на колекторските агенции в България (АКАБГ) успяхме да докажем, че може да се работи по правила и с етични стандарти. Ако преди време партньорите ни предпочитаха да не коментират сътрудничеството си с нас, днес виждаме как банките сами разкриват информация за продадени свои необслужвани кредити на специализирани компании като нашата. Да използваш услугите на колекторски агенции отдавна не е лоша новина, а е признак на професионализъм и има дисциплиниращ ефект за нередовните платци. А и клиентите ни си осигуряват бърза ликвидност и спестяват доста разходи и усилия.

**- Какво е предимството бизнесът да е на светло?**

- Работим на светло и това е важен фактор за повишеното доверие в нашите услуги.

**- В последните години дейността на компаниите, които събират дългове, все по-строго се регламентира, но над този бизнес още тегнат обществени съмнения, че има нещо гнило...**

- Бизнесът в сектора е строго регулиран по линия на Закона за кредитните институции, Закона за защита на личните данни, Закона за защита на потребителя, ЗЗД, ГПК и други. Компаниите в бранша, които членуват в АКАБГ, съдействат активно за надграждането на нормативната уредба, за да се гарантира използването на законни

и етични методи за събиране на вземанията. Ако тегнат някакви съмнения над сектора, те са или по инерция заради казуси от миналото, когато пазарът е бил в хаос, или заради продължаващата дейност на един много малък процент от пазара, който все още не спазва никакви етични норми и правила. Дружествата, които съставляват този малък процент от пазара, не членуват в браншовата ни асоциация. Макар и да имат незначителен дял, лошите им практики често попадат под светлината на прожекторите и създават силен шум в системата. В действителност над 90% от пазара следват добри практики, регламентирани с етичния кодекс на АКАБГ, и нашият призив към кредиторите е да се доверяват само на компании с добра репутация. Така те защитават и собствената си репутация.

**- Към какви стандарти в работата се придържа „Агенция за събиране на вземания“, така че длъжникът да не се чувства прекомерно пресиран, но и да не смята, че неговият дълг трябва да бъде опростен?**

- Длъжникът за нас е клиент, който изпитва временно финансово затруднение и затова целта ни е да градим партньорство с него, да му помогнем да се стабилизира финансово, за да стане той отново платежоспособен. Използваме само законни и етични методи. Следваме специфичен алгоритъм за работа с клиентите, който включва различни действия. В най-общи линии търсим контакт с клиентите с финансови затруднения по телефон или на адрес, опитваме се да постигнем взаимноизгодно споразумение за изплащане или разсрочване на дълга. Никога не си позволяваме дискредитиращи или дискриминиращи действия. Посещенията при клиент в неговия дом са в светлите часове на деня и служителите ни винаги първо

## ФИРМЕН ПРОФИЛ

„Агенция за събиране на вземания“ ЕАД е финансова институция, вписана в регистъра на БНБ. Дружеството се придържа към законово определени правила и норми, има капитали с ясен произход и обработва личните данни на потребителите законосъобразно. То е част от норвежката публична компания B2Holding, която следва утвърдени добри практики и работи в 16 страни в Европа.

⋮ НАД 90% ОТ  
⋮ КОЛЕКТОРСКИЯ БИЗНЕС  
⋮ СЛЕДВАТ ДОБРИ ПРАКТИКИ  
⋮ И НЕКА КРЕДИТОРИТЕ ДА  
⋮ СЕ ДОВЕРЯВАТ САМО  
⋮ НА КОМПАНИИ С ДОБРА  
⋮ РЕПУТАЦИЯ



**М**артин Деснов е изпълнителен директор на „Агенция за събиране на вземания“ ЕАД. Той е един от нейните основатели и първоначално е един от двамата ѝ управители, а след разрастването на дейността на компанията и нейното преобразуване става председател на Съвета на директорите. След продажбата на фирмата на норвежката B2Holding през 2016 г. Мартин Деснов продължава да я ръководи и е единият от двамата ѝ изпълнителни директори. Има дългогодишен мениджърски опит в събирането и управлението на вземания във финансовия сектор. Бил е на ръководни позиции във водеща небанкова финансова институция. Завършил е финанси в УНСС.

се легитимират. Предприемаме съдебни действия само в случай, когато не може да бъде постигната договорка или клиентът не я спазва. За клиента съдебното събиране не е изгодно, тъй като дължимата сума нараства. А и веднъж попаднал в Централния кредитен регистър като неизряден платец по кредит, трудно ще му бъде отпуснат нов заем.

**- Изкупувате дългове, но има ли условие длъжникът да бъде предупреден от своя кредитор за тази промяна в обстоятелствата?**

- Законът изисква потребителят да бъде уведомен за прехвърляне на неговия дълг. Това е задължение на кредитора, който продава несъбраните си вземания.

**- Преди да говорим кой крив, кой прав, какво е добре да знаем за веригата на дълга в България?**

- Колкото повече потребителят бави изплащането на задълженията си, толкова повече се повишават разходите му. Стремешът на компании като нашата е да събере дължимото по извънсъдебен път, тъй като съдебното събиране е свързано с много допълнителни разходи за длъжника.

**- Омбудсманът Мая Манолова има своя активност за регламентиране на всички процедури, свързани със събирането на дългове. Как гледате на тези усилия?**

- Ние подкрепяме усилията на омбудсмана за преси-

чане на лошите практики. Често се правят и грешни интерпретации по отношение на събирането на дълговете. Един от митовете е, че колекторските агенции начисляват неправомерно високи разходи и едва ли не дейността ни увеличава задълженията на потребителите. По-голямата част от придобитите от нас дългове се събират по извънсъдебен път, което не натоварва допълнително клиентите с просрочени задължения. Колекторската компания обаче не определя таксите на съдебните изпълнители и адвокатските хонорари и не съществува механизъм, по който да го прави. Ние нямаме контрол върху този процес.

**- На кои лоши практики трябва да се сложи край?**

- Лошите практики са лесно разпознаваеми. Силови методи се ползват само от криминални структури. Колекторската агенция не следва да начислява такси, лихви и неустойки, освен предвидените в закона и договора. Действията ѝ не трябва по никакъв начин да дискредитират или дискриминират потребителите.

**- Възможно ли е събирането на вземания да стане изцяло светъл бизнес, като не забравяме, че неуредени сметки със „сиви или мръсни пари“ едва ли ще се възлагат на колекторски компании...**

- На 75% сме го постигнали чрез АКАБГ. И е въпрос на воля от всички участници на пазара, сред които кредитори, колекторски агенции, регулатори.



*ЕБВР стартира своята първа Стратегия за икономическо приобщаване, която президентът на банката Сума Чакрабарти нарече „силно необходима стратегия на своето време“*

# ФИНАНСИ ЗА ШЕСТТЕ „КИТА“ НА МОДЕРНАТА ИКОНОМИКА

автор: **Бранислава Бобанац, Кипър**

**В** следващите 4 години, до 2021 г., частният сектор в областта на производството, услугите, търговията на дребно, туризма, хотелиерството и транспорта може да очаква засилена финансова и техническа помощ от Европейската банка за възстановяване и развитие (ЕБВР). Икономика, а не социална политика е по-активното включване в бизнеса на жените, младежите и хората от отдалечените райони – движение, което банката ще насърчава с финансови инструменти. Малките и средните предприятия трябва да получат улеснен достъп до иновации, ноу-хау за процедури и финансиране за международна търговия, което тя също ще подпомага. Банката ще увеличи и инвестициите си в проекти за „зелен растеж“, защото е убедена, че той е в основата на изграждането на модерна, устойчива, приобщаваща икономика, способна да отговори на глобалните политически, икономически и социални предизвикателства.

Това каза на бизнеса и правителствата, на всички свои клиенти и други заинтересовани страни ЕБВР. По-директно или не, ги „тласна“ в каква насока да „мислят“ за дейността си, ако искат в бъдеще да се възползват от нейните инвестиционни възможности.

Приоритетите на международната институция станаха ясни на годишната ѝ среща за 2017 г., която събра през месец май в кипърската столица Никозия близо 2000 участници - представители на 67-те акционери на банката, сред които е и България, на правителства и бизнеса, финансови и корпоративни мениджъри, банкери, активисти на гражданското общество и медии от 36-те страни, в които тя оперира.

## Нов подход към частния сектор

Един от най-силните акценти в програмата на годишния форум (сред повече от 40 прояви, дискуссионни панели,



Малкият бизнес бе в центъра на дискуссионни панели по време на годишната среща на ЕБВР в Никозия

## КАКВО КАЗА НА БИЗНЕСА ЕВРОПЕЙСКАТА БАНКА ЗА ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ГОДИШНАТА СИ СРЕЦА ЗА 2017 Г.

презентации, специални срещи) бе нейното заключително събитие, което сякаш символично отбеляза края на приказките и началото на сериозна работа на всички участници. Като свое основно послание към бизнеса ЕБВР обяви старта на първата си Стратегия за икономическо приобщаване (Economic Inclusion Strategy), която ще е „червена нишка“ за международната инвеститорска общност до 2021 г.

Икономическото включване, т.е. отварянето на повече икономически възможности за хората, независимо от тяхната възраст, пол или други обстоятелства, е неразделна част от новата концепция на банката за прехода към устойчиви пазарни икономики. Тя бе приета през ноември 2016 г. и определя шестте най-важни характеристики на този процес - конкурентоспособност, управление, зелен растеж, включване, гъвкавост и интеграция.

С обявяването на новата стратегия в Никозия ЕБВР даде ясен знак, че икономическото приобщаване е неин ключов стратегически приоритет за бъдещите ѝ инвестиции. С други думи – бизнесът, партньорите и клиентите ѝ е добре да се „съобразяват“ с този принцип.

Целта на стратегията е да се гарантира, че повече слове в обществото ще се възползват от икономическия на-

предък в страните, в които банката инвестира, ангажира се тя. Според документа ще се подобри нейният подход към частния сектор, от който се очаква да промени съществуващото „неравенство на възможностите“. Банката ще засили своето внимание – а и вниманието на бизнеса, към отрасли, които са приоритетни за икономическото приобщаване, като производството и услугите, търговията на дребно, туризма и хотелиерството, транспорта.

Чрез своите инвестиции и техническа помощ за реформи тя ще насърчава по-голяма икономическа интеграция на жените, младежите и хората, живеещи в отдалечени райони - три основни групи, които редовно остават в периферията на икономически напредък. Предвижда се в следващите години ЕБВР да подкрепя програми и проекти, които стимулират достъпа до умения и заетост, до предприемачество, финансиране и услуги, давайки по този начин нови икономически перспективи.

Отчитайки, че има голямо разминаване между сферите на образованието и заетостта, с новата си стратегия банката се опитва да промени и нагласите на предприемачите. Според нея квалификацията и ефективното използване на човешките ресурси е икономика, а не социална политика. Липсата на добре



*Предприятието за производство на плодови сокове и консервирани зеленчуци „Orhei-Vit“ в Молдова бе посочено като един от примерите за успешно действие на създаден от ЕБВР механизъм за финансиране и техническа подкрепа на частни компании*

обучена работна сила често води до голямо текучество на персонала и по-ниска производителност, което е бариера пред иновации и растеж, бе подчертано при представянето на стратегическия документ. Затова ЕБВР смята за изключително важни проекти за предоставянето на обучение и подпомагане на младите хора да придобият знания и умения, които отразяват нуждите на работодателите. Ще се търсят и програми за професионално обучение в различните сектори, партньорства за обучение между селскостопански компании и училища или университети.

За изпълнение на целите на икономическото приобщаване банката обръща специално внимание на малките и средните предприятия. Тя ще им помогне за достъп до бизнес съвети и консултации за повишаване на тяхната конкурентоспособност и насърчаване на развитието им. Във фокуса на подкрепата ще бъдат програми за предприемачество сред жените чрез финансиране на частния сектор.

С насърчаването на малките фирми новата стратегия в известна степен продължава и доразвива досегашната програма на банката за „Инициатива за малкия бизнес“ (Small Business Initiative). Резултатите от нея бяха отчетени на специален дискуссионен панел на срещата в Никозия, като според доклада за ефекта от нея 2016 г. е била

### „Голяма година за малкия бизнес“

В условията на глобализация малките и средните предприятия, които са ядро на заетостта и брутния вътрешен продукт в много страни на действие на ЕБВР, трябва да са приобщени към възможностите за по-висок растеж, иновации, по-голяма устойчивост чрез диверсификация, достъп до международно финансиране и пазари – така по време на форума в Никозия бяха очертани ключовите предизвикателства пред дребния бизнес през 2017 г.

Добър опит как тези компании могат да се възползват от ресурса на международната инвеститорска общност вече показа Кипър. По време на срещата, която страната домакинстваше, ЕБВР и правителството в Никозия подписаха договор за сътрудничество, който предвижда насочването в следващите три години на 2.2 млн. евро за укрепване на малките и средните предприятия и повишаване на техния потенциал за растеж. Споразумението е първото по рода си между ЕБВР и една от страните, в които банката оперира в рамките на ЕС. То е още по-значимо, тъй като е резултат от обединени усилия - искането на бизнес организациите за подобни целенасочени мерки бе превърнато от правителството в национална политика за развитие на дребното предприемачество.

Предизвикателството за България е как бизнесът и правителството ще „чуют“ какво каза ЕБВР.



# 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.





# БЪРЗ РАСТЕЖ С ENDEAVOR

ОВТОР: **Татяна Явашева**

**К**огато една компания се развива бързо, има начин тя да расте още по-бързо. Решението може да дойде чрез Endeavor - световната мрежа, която подкрепя динамичното развитие на предприемачеството. Преди по-малко от две години организацията създаде свой клон и у нас, който е третият в Европа. Местни предприемачи подкрепиха каузата и ценностите на тази уникална по рода си бизнес свързаност. В борда на директорите влизат 12 успешни бизнес лидери, сред които Неделчо Спасов, Иво Евгениев, Васил Терзиев, Любомир Минчев, Христо Илиев. Ментори са над 40 предприемачи и професионалисти с богат опит.

## Кръвна група

Endeavor е организация с нестопанска цел. Тя не цели генериране на печалба от компаниите, на които помага да се развият, и това я отличава от познатите ни акселератори, инвестиционни фондове и бизнес ангели. Местните основатели и членовете на борда безвъзмездно подпомагат финансово съществуването на българския офис. Всички те вярват, че успехът не е плод само на индивидуалните усилия, които се влагат. Убедени са, че и средата има съществено значение, затова дозата алтруизъм е задължителна. Тази солидна инвестиция на време, усилия, ноу-хау и ре-

сурси е с по-дългосрочен хоризонт и плодовете от нея не се берат веднага, уверява Момчил Василев, изпълнителен директор на Endeavor България.

## Ресурси

Endeavor подкрепя предприемачи с висок потенциал, като им предоставя достъп до пазари, талант и капитал. В световната мрежа са над 3000 утвърдени бизнес лидери и ментори в 27 страни. От създаването си Endeavor е дала рамо на над 1460 предприемачи от близо 920 компании, които са създали над 650 000 работни места, набрали са финансиране за повече от 700 млн. долара и само през 2016 г. са акумулирали 10 млрд. долара оборот. До момента българският офис на Endeavor е излъчил 10 предприемачи от 7 местни компании. Първи в мрежата влиза Петър Митев, изпълнителен директор и съсобственик на „Хаос груп“, която в началото на годината получи технологичен Оскар за един от продуктите си. След него се присъединяват създателите на: „Софтгруп“ – Венелин Димитров, „Бидодит“ – Юлиан Софрониев, M Climate – Любомир Янчев и Цани Събев, Browswave - Симеон Луков и Николай Недев. През втората половина на май т. г. на международния селекционен панел в Лондон в глобалната мрежа са избрани други трима българи. Виктор Викторов и Васил Георгиев са



## ПРЕЗ СИТОТО

1. На местна почва екипът на Endeavor подбира компании с потенциал за бърз растеж на външните пазари.
2. Среща с членовете на борда и с ментори от Endeavor България.
3. Представяне на потенциала и предизвикателствата за компанията пред местен селекционен панел.
4. Представяне пред международен селекционен панел на Endeavor. Следва гласуване на шестима оторизирани представители на глобалната мрежа. Ако те единодушно кажат „Да“, компанията става част от мрежата и получава достъп до всички ресурси.

Част от екипа на Endeavor (от ляво надясно): Анастас Пушкарков, Диляна Хараланова, Момчил Василев, Ирина Енчева, Явор Полов

от MyMall - онлайн магазин за маркови облекла, обувки и спортна екипировка, а Пресиян Каракостов е от PubGalaxy - компания, която предлага комбинация от консултантски услуги и продуктова платформа за оптимизиране на приходите от реклами за премиум издатели.

### Фокус

Екипът на Endeavor България следи пазара и търси бизнеси с потенциал, като в полезрението им влизат не само технологични компании, а и фирми от традиционни индустрии като машиностроене, хранително-вкусова и лека промишленост, туризъм, фармацевтика. Препоръките от партньори може да насочат вниманието. Успешни фирми в растеж също може да се обърнат към организацията. Досега са водени разговори с над 120 компании, като през „ситото“ са минали само 7 от тях. Чрез Endeavor българският бизнес има достъп до ноу-хау, до талант и до капитал в страната и по света. Глобалната мрежа предоставя подкрепа при навлизането на нови пазари, както и взаимодействие с бизнес консултанти от компании като EY и Bain, възможности за обучение в програми за предприемачи в Harvard, Stanford и MIT, а също така и контакти с някои от най-реномираните и активни инвеститори по света, с които Endeavor си партнира от години. На глобално ниво организацията създаде свой фонд Endeavor Catalyst, чиято задача е да служи като допълнителна гаранция за инвеститорите. Фондът може да осигури до 10% от необходимото финанси-

ране, без да търси участие в управлението или съществена роля в компанията, информира Момчил Василев.

### Мащаби

Бизнесът, който получава подкрепа от Endeavor, няма преки финансови задължения към организацията. От тези компании се очаква на базата на своя успех един ден да помагат на други като тях. Образно казано, ангажиментът не е към родителите, а към семейството. Само така доброто в бизнеса ще се възпроизвежда, уверява Момчил Василев. В Аржентина например IT аутсорсинг компанията Globant вече е най-високо оценената в тази икономика. Тя влиза в мрежата на Endeavor през 2005 г. и се развива толкова бързо, че дава началото на много нови компании, създадени от нейни служители. Това има мултиплициращ ефект върху икономиката. Друг добър пример е турската Yemeksepeti, продадена неотдавна от своя собственик за 589 млн. долара. Той остава верен на мисията на глобалната мрежа, влиза в ролята на бизнес ангел и подпомага растежа на десетки компании. Подкрепя и Endeavor Catalyst, където се присъединява като инвеститор.

Добрата новина е, че един от международните селекционни панели на Endeavor тази година ще се проведе на 23-25 октомври в София. В рамките на събитието е и конференцията Dare to Scale. Това със сигурност ще направи България по-разпознаваема в мрежата на Endeavor.

∴ МРЕЖАТА ПОДПОМАГА МЕСТНИ ПРЕДПРИЕМАЧИ  
 ∴ ДА РАЗВИЯТ БИЗНЕСА СИ ТАКА, ЧЕ ДА ИМАТ  
 ∴ ДЪЛГОСРОЧНА КЛЮЧОВА РОЛЯ В ИКОНОМИКАТА

Проф. Теодора Георгиева:

# ИНОВАЦИИ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ТРЯБВА ДА СЕ ИЗУЧАВАТ ОТ НАЧАЛНИТЕ КЛАСОВЕ

АКО НЯКОЙ В РАМКИТЕ НА НАЦИОНАЛНАТА  
ИНОВАЦИОННА СИСТЕМА СИ ВЪРШИ РАБОТАТА, ТО ТОВА  
Е БИЗНЕСЪТ. ТОЙ ИМА НУЖДА ОТ „ПРАВИЛНИТЕ“ СТИМУЛИ

автор: Мая Цанева

68  
НОВАТОРИ

**П**роф. Георгиева, вие и екипът ви изготвяте доклада „Иновации.бг“ вече 13 години. Как се променя отношението на бизнеса и политиката към иновациите? Защо днес те са „модерни“?

- Иновациите са не просто „модерни“, те са единственият начин за печелене на конкурентни предимства. Това важи както за отделните фирми, така и за националните и регионалните икономики. През последните години бизнесът демонстрира все по-ясно изразена подготвеност при разработването на иновационни проекти, при печеленето на външно финансиране и взаимодействието с изследователски и университетски звена. Но административните структури все още трудно се адаптират към ясните и прозрачни процедури за работа, характерни за държавите иновационни лидери.

- В доклада си от 2016 г. казвате, че България е единствената страна членка на ЕС, която постига растеж, основан на повишаване на ефективността на икономиката, а не на базата на иновациите. На какво се дължи този феномен, при положение, че медийното и предприемаческото внимание е фокусирано в търсенето на новаторство?

- Аз не бих го определила като „феномен“, по-скоро става дума за закономерност. Позицията на България в европейските и международните класации за иновационен потенциал е резултат от подценяването на иновациите и тясно свързаните с тях въпроси за технологичния трансфер, иновационните системи и развитието на качествен човешки ресурс при изработването и изпълнението на политики на национално, регионално и секторно равнище. Тук

задължително трябва да отбележим и значението на такива фактори като корупционни практики, прозрачност, зачитане на закона, които са изключително важна предпоставка за развитието на нормални бизнес отношения, в това число и свързани с внедряването на нови технологични решения.

От своя страна, предприемаческата активност в България все още показва по-скоро липсата, отколкото наличието на предприемаческа култура. Става дума за нискотехнологично предприемачество, ориентирано към традиционни сфери на дейност, каквато е например търговията. То е ориентирано към местните пазари и основано на продукти и услуги, които в международната практика не са новост.

Що се отнася до медийното внимание към новаторството, то все още е концентрирано в няколко бизнес медии, които се броят на пръстите на едната ръка. Фокусът на масовия медиен пазар остава концентриран върху теми, които остават далеч от полето на иновациите.

- Делът на публичните инвестиции в НИРД намалява за шеста поредна година, по данни от 2016 г. Очакват ли с промяната в политическата власт тази тенденция да се пречупи? Колко би струвало полагането на основа на икономика, базирана на иновации?

- Ако трябва кратко да отговоря, не мисля, че сме свидетели на смяна на политическата власт. Статуквото е запазено за пореден път, независимо от обвивката.

Относно цената на изграждането на икономика, основана на знанието и иновациите, тя е много по-ниска от цената на отказа от изграждане на подобна икономика. Мисля, че ние всички вече плащаме тази цена.



**- Какво е мнението ви за прилаганите в момента национални политики в подкрепа на иновациите и развитието на бизнес среда в активно взаимодействие с образованието? Доколко през годините вашите препоръки в тази насока са се превръщали в реални действия?**

- От анализите през последните близо 15 години става ясно, че политиките в подкрепа на иновациите и технологичното развитие в България в голямата си част се разработват под влияние на външни сили (хармонизация на

**Проф. Теодора Георгиева** е заместник-ректор по научноизследователската дейност в Международното висше бизнес училище, Ботевград, и старши експерт във Фондация „Приложни изследвания и комуникации“. Тя координира работата по подготовката на годишния доклад „Иновации.бг“, който анализира състоянието и възможностите за развитие на националната иновационна система.

законова рамка, изпълнение на условията за участие в разпределението на европейско структурно финансиране), а не в резултат на осъзнаване на тяхната необходимост.

Годишните доклади „Иновации.бг“ съдържат редица препоръки в тази област. За съжаление липсва достатъчно политическа воля за тяхната реализация. Бавно се случват нещата в България и това е основната причина да сме на опашката на иновационните класации.

**- Вие и колегите ви от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ правите преглед на иновационния мениджмънт на фирмите. Какви са най-характерните особености на управлението на иновации в България?**

- Нашият опит показва, че броят на българските компании, които имат установени бизнес практики в областта на иновационния мениджмънт, е много малък. Дори тези от фирмите, които целенасочено се опитват да внедряват иновативни продукти и процеси, подценяват или не знаят как системно да управляват иновационните си процеси. Става дума за приложението на специфични управленски инструменти за насърчаване и мотивиране на креативността на служителите, за оценка на нови идеи и нематериални активи, най-общо казано – за оценка на приноса на иновационната функция към общите бизнес резултати на фирмата. В това отношение има много още какво да се желае.

**- Кои са най-иновативните икономически сектори в България? Как разпознавате иновативните фирми в Конкурса за иновативно предприятие, в чиято организация участвате?**

- Най-иновативните сектори не само в България, но и в света, са високотехнологичните. По отношение на националния казус, специално внимание заслужава секторът на информационните и комуникационните технологии. Той е водещ по редица показатели, като добавена стойност, ръст на дела в брутен вътрешен продукт и износа, както и по внедрени нови продукти и услуги. Не трябва да забравяме, че български софтуерни компании са световни технологични лидери в редица нишови области.

ИКТ секторът е от изключителна важност за България, не само във връзка с привличаните преки чуждестранни инвестиции и утвърждаването на страната като водеща аутсорсинг дестинация. Той изпъква и заради хоризонталните технологични решения, които предлага. Последните намират приложение във всички останали сфери на икономическия и социалния живот, като по този начин се превръщат в двигател за развитието на икономиката като цяло.

Наред с това не трябва да забравяме и някои традиционни дейности, каквито са агросекторът, текстилната промишленост и други, по отношение на които също има редица добри практики и добре работещи иновативни компании.

Стремим се всеки от тези сектори и всеки от регионите в страната да бъдат представени в Конкурса за иновативно предприятие. За тази цел излъчваме победители в няколко актуални категории – пазарен лидер, зелени и социални иновации, успешен нов бизнес и други.

**- Вие преподавате иновации. Въсщност какво може да се научи в университета за иновациите? Какво е съотношението на теория и практически опит в реални**



**икономически условия при една успешно реализирани иновация?**

- Мога да твърдя, че в университетска среда днес в България може да се получи наистина солидна подготовка по отношение на такива въпроси като иновационен жизнен цикъл, закрила на интелектуална собственост, технологичен трансфер, финансиране на иновациите, иновационен мениджмънт. В България има добри специалисти, които наред с теоретичната подготовка притежават и солиден практически опит.

Когато говорим обаче за това, което университетите предлагат, е важно да имаме предвид и капацитета на отсрещната страна – студентите – каква е тяхната базова подготовка, предприемачески нагласи, готовност да научават нови неща и да инвестират в себе си. Ако обучението по иновации и предприемачество стартира в университетите, то е закъсняло. Това са въпроси, които по подходящ начин трябва да бъдат включени в учебния план във всички степени на обучение – от детската градина, през началното и средното образование, до професионалното и висшето образование (доколкото последното наистина е необходимо за една успешна практическа реализация).



По отношение на реалната стопанска дейност, теоретичната подготовка е много важна предпоставка за успешното изпълнение на иновационни проекти. Само усет не е достатъчен, не и в днешните динамични времена. Като казвам това, нямам предвид теоретична подготовка единствено в рамките на формалната образователна система. Такава подготовка може да се придобие и чрез неформално обучение, ако щете и чрез самоподготовка. В крайна сметка живеем в информационен век, знанието е навсякъде около нас.

**- Как се изгражда функционираща връзка между университет и реален бизнес, която да развива икономика, базирана на иновации? По какво се различава гледната точка на академичната общност и на бизнеса за това какво е иновация и как да се развива?**

- Разбира се, това също е област, в която държавата може да предложи механизми за насърчаване на взаимодействието между наука и бизнес. Когато слезем на институционално равнище обаче, основната инициатива е в ръцете на отделните университети и фирми. Трябва да кажем, че в България добри примери в това отношение не липсват. Резултати от подобни партньорства са съвместното учас-

тие в изследователски проекти, в това число международни; иницирирането на съвместни магистърски програми; приложението в реална бизнес среда на нови технологии, създадени от научните звена. Подобни примери обаче са все още малко и те трябва допълнително да бъдат насърчавани.

**- В България се появиха много възможности за академично и неформално образование по предприемачество, дигитален бизнес, високи технологии. Как един млад иноватор или предприемач да разпознае качествено образование?**

- Действително, възможности в това отношение има, и според мен, това е много важно. Тъй като тези инициативи в голямата си част се подчиняват на правилата на бизнеса, основни индикатори за отсяване на най-добрите между тях ще бъдат качествата на техните лидери и визията за техния бизнес – не краткосрочна печалба на всяка цена, а дългосрочни инвестиции в умения и компетенции, актуални и ценени на пазара на труда.

**- Като изследовател и преподавател, как разпознавате иновацията с главно „И“, тази, която има потенциал или е световна новост, променяща статуквото? Как различавате псевдоиновациите?**

- В иновационната теория псевдоиновациите означават внедряване на продукти и услуги, които са под средното равнище на международните технологични стандарти в дадена област, но въпреки това, представляват новост за съответната фирма или местен пазар. В този смисъл мисля, че така наречените псевдоиновации също имат своето икономическо и социално значение.

Когато говорим за пазарни пробиви, често се смята, че иновациите стъпват върху развитието на ново научно знание, макар това невинаги да е необходимо. Много често успехът се крие в подходящото комбиниране на вече познати технологични решения.

**- Какъв е вашият съвет (поотделно) към политиците, бизнеса и предприемачите, за да развият България като Силициевата долина в Европа?**

- Опитвам се да не давам непоискани съвети, макар че невинаги успявам. В този дух, към политиците имам много съвети, но ако трябва да ги обобщя в един, той би бил следният – известни са иновационните лидери на Европа и тези в международен план. Техният опит в създаването на среда, благоприятстваща иновациите, лесно може да бъде приложен и в български условия, необходима е само малко добра воля.

От друга страна, ако някой в рамките на националната иновационна система си върши работата, то това е бизнесът, независимо дали това се случва съзнателно, на основата, добре премерена иновационна стратегия, или под влияние на обстоятелствата. Бизнесът има нужда от „правилните“ стимули. Като казвам стимули, нямам предвид само финансови такива. В редица държави има данъчни стимули за назначаване на висококвалифицирани кадри, за внедряване или износ на нови продукти и процеси. Важен фактор е също пълното влизане в сила на електронното правителство, както и облекчаването на процедурите при кандидатстване за публично финансиране. Ако такива стимули са налице, бизнесът ще свърши останалото. Същото, до известна степен, важи и за предприемачите. ■



Христо Христов:

# НАЙ-СКЪПИ СА МИ ТРУДНО НАУЧЕНИТЕ УРОЦИ

автор: **Мая Цанева**

**И**мето на Христо Христов е добре познато като изпълнителен директор на най-голямата дигитална медийна и технологична компания у нас Нетинфо, като един от създателите на Дарик уеб. За мен той е интересен събеседник като опитен ментор в предприемаческите среди, който помни времето, когато интернет беше млад, и може да види ясно какви предизвикателства очакват тези, за които онлайн средата е нещо естествено.

За повечето стартъпи, както ги наричаме днес, 2005 г. изглежда твърде отдавна като отправна точка за иновативен бизнес. Но именно тогава Христо започва да разработва идеята за Дарик уеб, по време, когато „всички се бяха концентрирали върху вестници и/или телевизия“. „Онлайн пространството не е нищо друго освен магистрала, която

свързва хората с всичко това, което им трябва - информация, покупки, обучения, новини... Това, което видях през 2005 година, бе, че няма достатъчно информация на този нов канал в България. Второто, което всъщност ме грабна в интернет, е, че онлайн медиите и бизнесът са в двупосочна връзка с потребителите“, пояснява той.

Със сигурност Христо е предприемач с визия за промяна на статуквото на медийния бизнес. Той определя работата по онлайн медии отпреди 15 години като рискована и цитира как колеги журналисти не са вярвали, че радиото и пресата ще бъдат изместени от други информационни канали. Като бизнесмен отбелязва, че тогава никой не е знаел какъв икономически модел да приложи, когато създава онлайн новинарски портал, нито дали ще сработи. Затова „рискът беше голям, но от гледна точка на западните предприемачи, ве-



## ЦЕНЯ НАЙ-МНОГО ПРОЕКТИ, КОИТО СА ИЗГЛЕЖДАЛИ БЕЗПЕРСПЕКТИВНИ, А ПОСЛЕ СА СТАВАЛИ №1, КАЗВА ДИГИТАЛНИЯТ ПРЕДПРИЕМАЧ И МЕНТОР

.....

роятно не е имало никакъв“.

Ситуацията се променя динамично. Христо припомня, че имаме едно-две поколения назад, които правят бизнес. Но начинът, по който те са започнали да извършват тази дейност, няма нищо общо със сегашния, а 25 години по-късно средата, в която са стартирали, е коренно променена. „Доста дълго време казвахме, че едва ли не само 3% от българите ще се интересуват от онлайн съдържание. Хубавото сега е, че няма разделение между тези, които четат или не, от 70-годишните до 7-годишните имат достъп до мрежата и онлайн съдържание“, пояснява Христо. Днешните предприемачи имат сериозни преимущества спрямо тези отпреди повече от десетилетие - получават много повече възможности за развитие, разполагат с модели, които да следват, както и неуспешни опити, от които да се учат.

Постепенно започваме да си говорим за съвременната стартър общност, която търси съвети и подкрепа от ментори като Христо. Питам го какво отличава новите предприемачи. Той изброява неопитност и дори наивност, както и измамна увереност, че успехът идва бързо и с помощта на лесно приложими формули. Но той е оптимист, че вече се заформя перспективна среда от български таланти – предприемачи и професионалисти, които реализират идеи както на национално ниво, така и на световно.

Постепенно сглобяваме като пъзел формулата за успешно предприемачество: Първо: „Без талантлив екип не можеш да успееш“. Самият той определя като успех това, че има страхотен отбор и допълва, че „успехът отразява твоето състояние и това на хората ти“. Следва продукт на световно ниво, защото брандът няма значение, освен ако нямаш друг продукт, който да е по-добър. Нужен е и успешен маркетинг, защото „световната сцена става все по-наситена с играчи, които се състезават за вниманието на потребителите и маркетингът става по-скъп“. Той пояснява, че за инвеститорите е важно първо да се реализираш на голям пазар, преди да инвестират финансов ресурс и експертиза в теб. „Затова голяма част от българските стартърпи излизат директно на глобална сцена“, казва Христо. Не на последно място посочва желанието да успяваш, постоянството в трудни моменти и бързата адаптация.



Фотос: Георги Димитров

Христо Христов с наградата за най-добро развлекателно приложение в България от Webit 2017, връчена на Vbox7.com

Според Христо предприемаческата среда се подхранва от самите ѝ членове – „млади и талантливи хора, които са разбрали какво значи здрава работа, живели/учили са в чужбина и носят прогресивния манталитет у себе си“. „Също така, предприемаческата среда се разяжда от силите, които искат да запазят статуквото“, допълва той.

Питам го дали вярва, че страната ни може да се превърне в новата Силициева долина или как гледа на развитието на България като водещ хъб на аутсорсинг индустрията. „Само ние си мислим, че сме центърът на световната аутсорсинг индустрия. В Украйна има страхотна аутсорсинг индустрия, в Полша са всички централи на големите компании за Централна и Източна Европа, в Естония имат електронно гражданство. Тук няма воля за подобна посока. А и липсва достатъчно високо ниво на образование“, обобщава той.

Въпреки това Христо вярва, че след две поколения ние, българите, ще имаме ясно съзнание за своята ценност и стойност и ще даваме добавена стойност към световната економика, както например Швеция със Spotify и Финландия с Nokia. Още по-конкретно, след 10 години значителна част от БВП ще се формира от изключително дигитални бизнеси, а над 50% от БВП ще се формира от бизнеси, които ще са частично дигитализирани.

За край на разговора го питам кои са най-скъпите му успехи и провали. Отговорът му заслужава да се цитира дословно: „Ценя най-много проекти, които са изглеждали безнадеждни или хората са ми казвали, че е невъзможно да успееш в тях, а после са ставали №1. Относно провалите - всички са ми ценни. Няма урок, който да съм научил, да ми е струвал скъпо и да не ми е скъп. Успехът е провалила се грешка!“. Добър завършек за интервю със сериен предприемач, който знае българския онлайн бизнес от А и е готов да стигне до Я.

# Жюстин Томс

## ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО

# ОН/ОФЛАЙН

ДИГИТАЛНИЯТ И РЕАЛНИЯТ СВЯТ НЕ  
СА ДВА РАЗЛИЧНИ, А ПОЗВОЛЯВАТ  
ДА ПОСТИГАМЕ ЦЕЛИТЕ СИ ПО  
РАЗЛИЧЕН НАЧИН

автор: **Мая Цанева**

**П**ознавам Жюстин от няколко години и всеки път, когато си говорим или се срещаме, се чудя как успява да мигрира без усилие от е-реалността в аналоговия свят. Тя ме впечатли и с дигиталната си диета, която вероятно е непосилно усилие за много от нас.

Жюстин е един от пионерите у нас в областта на онлайн маркетинга и комуникациите. Тя основава компанията ABC Design and Communication през 1998 г. и оттогава не е напускала дигиталния свят както като предприемач и ментор, така и като активист за безопасен интернет, за свободата на словото в Уикипедия.

20 години по-късно това изглежда лесно. А какво е било в началото? „Стана съвсем случайно и бе въпрос на късмет. Бях направила на HTML корпоративна страница, която бе забелязана отвън и така тръгна моят път в посока онлайн развитие. В началото бе трудно - от една страна, млада жена предприемач, от друга - напълно непозната в обществото ни тогава тема - онлайн присъствие и маркетинг в интернет“, казва Жюстин.

Тя е един от малкото професионалисти, които могат да сравнят бизнес средата в дигиталната сфера от времето, когато интернетът идваше с връзка по аналогов телефон, и днес, когато живеем с 4G. Както Жюстин обяснява, възможностите за намиране на финансиране за добрите идеи днес са много. Тя подчертава, че пионерите в дигиталния бизнес са се борили с огромни дози недоверие и скептицизъм, с неразбиране и дори страх. Днес всеки знае какво е интернет, „той няма граници и бариери и възможностите за успех са много повече“, казва тя. Но и тогава, и сега, предприемачеството е предизвикателство. „Ако трябва да съм честна, не знам дали тогава или сега е по-трудно. За умните, работливи и идейни хора

винаги има възможности за развитие“, уверена е Томс.

20 години след старта на бизнеса ѝ, си говорим дали роботите могат да заемат мястото на хората като автори на съдържание и послания. Жюстин смята, че това не може да се случи, но предстои голяма промяна на трудовия пазар. Качественото общуване дори и в интернет изисква усет и знание за нуждите на другите. За събеседничката ми съхраняването на човешкото, изграждане на емпатия и усет за другия са ключовете към добрата комуникация. Тя казва, че формата е преходна, но това е здравата основа, която гарантира успех. „В свят, в който роботите и автоматизацията ще са все по-застъпени, това да сме хора - чувстващи, обичащи, създаващи, става все по-важно“, казва Жюстин. Разбира се, дигиталният маркетинг и онлайн медиите в България няма как да останат драстично от промените по света, включително да се изолират от предизвикателства като фалшивите новини.

Жюстин посочва практиката и обратната връзка като първи стъпки в качественото обучение по е-комуникация. Днес има и достатъчно много статии, материали, обучения по темата, които улесняват предприемачите в дигиталния бизнес. Но при наличие на много „експерти“, често е трудно да се отсее истинското, качественото от фалшивото съдържание. Тя съветва да развием уменията си да засичаме информацията от няколко достоверни източника, защото има фалшиви новини, които се пишат брилянтно и умело заблуждават. Според Жюстин умението да отсяваме новините и да се ориентираме в истинността на фактите ще е ключово в бъдеще и вероятно ще се изучава още в училище. „Битката за истината тепърва предстои, за устойчиви модели на финансиране на медиите в епохата на пост-истина - също. При всички случаи едно е вярно - живеем в интересни времена“, за-



вършва отговора си.

Определението „интересни времена“ ме провокира да я попитам как се отнася към модерния език на комуникациите в интернет – смесица от специфична терминология и жаргон на английски и български, която понякога е неразбираема за непрофесионалистите. Жюстин не е пурист и не страда от прекалена чувствителност към чуждиците, но се опитва да пази българския език – „той е толкова красив“. Според нея балансът в избора и употребата на думите е много важен, особено когато езикът се променя динамично.

Балансът е ключов за успеха на Жюстин. Тя е известна с многото си проекти – блогър, дългогодишен преподавател в НБУ, има издадени 12 книги в областта на бизнеса и родителството, пише статии за българската Уикипедия, изкушава се и от политиката. Питам я как избира проектите си – социални и бизнес ориентирани. Отговаря с усмивка, че не знае дали тя избира, или те избират нея. Правила е и погрешни подбори - да инвестира в перспективни начинания, но е отворена към нови. Затова съветва начинаещите предприемачи да експериментират, за да намерят добрата формула за своя бизнес, защото при всеки е различно. Жюстин цитира успешни български проекти в световния дигитален бизнес като Имага и rCould като примери, че възможностите са навсякъде. Тя е оптимист и за социалните предприемачи у нас.

Няма как да не я попитам: „Как се печели от социално предприемачество?“. „Личното ми разбиране е, че „печалба“ само за себе си е отживяло понятие. Печалба

само във финансов израз - също. Балансът идва от запазването на човешкото отношение и в бизнеса, и в социалния активизъм. Социални идеи не се продават лесно. Но при автентичност, плам, последователност и неподправено желание за промяна нещата се случват. Всички искат да живеят по-добре, да оставят по-добър свят на децата си. Всеки има различни начини да го разбере, да даде време и усилия, за да се случи това. Но промяната е в ход, дори с малки стъпки - тя напредва“.

Събеседничката ми е пример за посланик на една интересна тенденция – за пълноценен живот в два паралелни свята - онлайн и офлайн. За втора година тя се подлага на т.нар. дигитална диета – 10 дни без телефон, интернет и електронни медии. Силно се дразни, когато вижда хората да пренебрегват живото общуване за сметка на взиране в устройството си. „Пристрастяването към социалните мрежи е много досадна работа. Трябва да полагаме съзнателни усилия да не го правим.“

За Жюстин дигиталният и реалният свят не са два различни, а позволяват да постигаме целите си по различен начин. Тя бори фалшивите новини в мрежата и дава живот на комуникацията онлайн, като се отдава офлайн на градско земеделие, време с децата, приятелите, сред природата, четене, рисуване. „Дните ми започват сутрин рано, често продължават до късно. Те са динамични, за да има място и вдъхновение за всичко, с което съм се захванала. Научих се да съм по-търпелива, да не отлагам много, да работя дисциплинирано и последователно, да опитвам да разбирам хората“. След последното изречение онлайн връзката прекъсна. Жюстин вече е офлайн.

# ВЛАСТТА НА МАРКИТЕ



БРАНДОВЕТЕ  
ФУНКЦИОНИРАТ В  
СЛОЖНА СРЕДА И  
Е ВСЕ ПО-ТРУДНО  
ДА СЕ УПРАВЛЯВАТ  
ВСИЧКИ ЕЛЕМЕНТИ,  
ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ  
ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ  
НАСТРОЕНИЯ И  
ПОВЕДЕНИЕ

автор: Яна Колева

**А**ко тръгнем да делим бизнеса си, ти ще вземеш земята, тухлите, ворта, а аз ще взема търговските марки и ще съм по-добре от теб – това казва още през 1900 г. Джон Стюарт, съосновател на компанията за зърнени храни „Куейкър оутс“. Още тогава той усеща силата на добрия бранд, а през последните 50 години нематериалните активи придобиват още по-широко въздействие. На това се дължи и разликата между счетоводната оценка на една компания и нейната пазарна капитализация. В наши дни все по-осезаемо брандът става най-скъпият нематериален актив, който компанията прите-

жава, а понякога това е най-ценният ѝ актив изобщо в нейния счетоводен баланс. Стойността на марките, които една организация притежава, може да бъде използвана при определянето на нейната цена. Този бизнес аспект съвсем не е преекспониран, тъй като има редица търговски марки, които реално носят изключително висока добавена стойност и затова струват твърде скъпо.

## Придобиване

Наскоро тютюневата компания „Бритиш Американ Табако“ (БАТ) придоби водещи марки от „Булгартабак“, сред които Victory, Eva Slim и GD. Те ще преминат към портфолиото на

БАТ. Придобиването включва и пълна собственост на дистрибуционната компания „Експрес Логистика & Дистрибуция“, като стойността на сделката е над 100 млн. евро. Сделката ще предостави на БАТ водещ пазарен дял от 40%, нарастващ от сегашните 12%.

Ще припомним, че при преговорите за приватизация на българския тютюнев гигант през 2002 г. максималната цена за акциите на „Булгартабак“ беше 110 млн. евро, предложени от „Тобако кепитъл партньрс“. Тогава холдингът се продаваше в пакет с по-малките фабрики. През 2004 г. „Бритиш американ табако“ предложи 200 млн. евро за 80% от акциите в „София БТ“, „Благоевград БТ“ и „Пловдив БТ“, а на следващата година се оттегли. Като сравним какво придобива БАТ за половината от тази сума, ще се убедим, че търговските марки и днес са по-привлекателни от „земята, тухлите, вартата“.

## Стойност

Резонен е въпросът защо някои компании плащат така добре, за да получат собственост над няколко марки. Вече няма съмнение, че силните брандове създават устойчиво търсене за бъдещи периоди. Те гарантират пазарен дял. Това прави очакваната възвръщаемост по-сигурна и по-малко рискована. Ето защо брандовете създават икономическа стойност, те генерират по-висока доходност и бизнес растеж. Силните брандове постигат завидни финансови резултати, като се започне от приходите и се стигне до печалбата, което пък вече е основа за по-висока оценка на стойността на дадена марка.

## Чуй клиента

Управлението на бранда става все по-сложно. Причината за това се корени в промяната на потребителското поведение заради дигитализацията.



# Държавата като бранд

*За да се продават добре продуктите и услугите Made in Bulgaria, а и страната да стане привлекателно място за живеене и правене на бизнес, е изключително важно брандът „България“ да е разпознаваем и добре приет. Той има същото значение, както и брандът на една компания. Но за да решим в каква насока да градим имиджа на държавата, трябва да сме наясно какво искаме - да привлечем повече туристи или повече инвеститори, да предлагаме български стоки и услуги на външните пазари. След това трябва да се анализират очакваните бъдещи постъпления и ролята на бранда „България“ при разнообразието от търговски операции, но и да се оценят конкурентните предимства спрямо други дестинационни брандове. Анализът на силата на марката помага да разберем в кои сегменти тя се представя по-добре или по-лошо в сравнение с аналогични играчи. При всички положения умелото управление на бранда „България“ в съществуващата глобална надпревара за привличане на клиенти и потребители ще донесе по-добри резултати, отколкото ако оставим само новините да създават представа за тази локация на картата на света.*

Свидетели сме на един нов модел за избор на бранд. Светът вече не е ориентиран от бизнеса към клиента (B2C), вместо това бизнесът и клиентите все повече работят като равнопоставени партньори (B&C). Общите маркетингови насоки и шаблони вече не наливат вода в мелницата на марките и бранд мениджърите трябва да променят своята роля. Те, образно казано, пускат музиката, и затова трябва добре да чуят какво искат да слушат клиентите.

Проучванията сочат, че потребителите в Източна Европа имат по-голям афинитет към световните брандове, отколкото потребителите на Запад. Може да се каже, че в Източна Европа ролята на марката е дори по-голяма. Същото важи и за пазара в страните от БРИК (Бразилия, Русия, Индия, Китай). Затова всички брандове, които присъстват на тези пазари, трябва или да се възползват от съществуващите нагласи, или да намерят начин

да ги пречупят, в зависимост дали са глобални или местни играчи.

## Влияние върху избора

Уменията за изграждане на силен бранд са по-важни от всякога, тъй като глобализацията създава усещането, че светът става все по-малък и по-фрагментиран. Успехът на марката се дължи на поведението на потребителя, а се избира въз основа на два фактора - силата на съзнанието (как хората възприемат марката) и силата на пазара (ситуационни фактори като цена и наличност, които влияят на покупките). Ето защо е необходимо в дълбочина да се разбере процесът на вземането на решение при избор на стоки и услуги. Това е сериозно предизвикателство, тъй като брандовете функционират в сложна среда и е все по-трудно да се управляват всички елементи, влияещи върху потребителските настроения и поведение.

# НАЙ-ДОБРИЯТ ПРОДАВАЧ

ДОВОЛНИЯТ КЛИЕНТ Е МАЙСТОР  
НА ВЪЗДЕЙСТВАЩАТА РЕКЛАМА,  
НЕЩО ПОВЕЧЕ - ОТ НЕГО ЗАВИСИ  
БЪДЕЩЕТО НА ВСЕКИ БИЗНЕС

автор: Тони Григорова

**К**огато клиентите са доволни, ние сме мотивирани да правим още повече за тях и те стават още по-доволни. Тази фраза е произнесана от не един предприемач и от не един мениджър. Казват, че доволните клиенти са най-добрата визитна картичка на всеки бизнес. Те са и естественият двигател за развитие на всеки бизнес. Константното качество и постоянният стремеж да надскочиш себе си се отплащат във времето. И това не е въпрос само и единствено на фирмена политика – това е преди всичко начин на мислене и действие. Умение е да влезеш под кожата на своите потребители и клиенти и да удовлетворяваш техните променящи се нужди.

## Посоката

Все повече реклами се фокусират върху доволните клиенти. Именно чрез добрата референция много производители и търговци се стремят да покажат високото качество на продуктите и услугите, както и на отличното обслужване, тъй като това със сигурност води до увеличаване на продажбите. Много компании по света и у нас вече избягват директните продуктови реклами по телевизията. Вместо това те предпочитат да говорят за своите продукти и услуги чрез доволните си потребители. Често фокусът се насочва към преживяването, а това най-добре може да бъде описано от някой, който вече го е изпитал. Така се създава по-голяма достоверност и всеки потенциален клиент е подтикнат да опита.

## Мотиватор

Често в интервюта с хора на най-различни позиции – от собственици и бизнес лидери до изпълнителски кадри, ще чуем как това, което ги мотивира в тяхната работа, са усмивките на доволните клиенти. Това за тях е гаранцията, че усилията не са напразни. Стига се и до признания, че възходът на компанията е в ръцете на доволните клиенти, че най-добрата препоръка идва именно от тях. Те не просто остават верни, но водят и нови потребители. По този начин компанията гради имидж на лоялен и коректен партньор и

доброто име и неопетнената репутация започва да работи за нея. Нещата обаче не са еднопосочни само към клиентите, иска се коректност и ангажираност към служителите. Без специална грижа за хората в компанията формулата на успеха, фокусирана само върху доволния клиент, не би могла да проработи, щом самите служители не са по своему доволни от своя работодател и не са лоялни към него. Ето защо е важно бизнесът да полага специални грижи и за своите работници и служители.

## Пазарен натиск

В условията на нарастваща конкуренция компаниите са под засилващ се натиск. При това факторът „Технологии“ започва рязко да променя пазара. Бизнесът е притиснат да мисли не само как предлаганите от него стоки и услуги да са на най-добра цена, но и как те да са максимално удобни за клиентите и потребителите. Например банките доскоро имаха доминация на пазара на кредити и парични преводи, но появата и бързият пробив на финтех компаниите рязко променя ситуацията. В противовес на тази тенденция банките биха могли да изтъкват силата на предлаганото от тях цялостно обслужване и сигурността на това, че са регулирани и капитализирани, за разлика от постоянно появяващите се и изчезващи интернет платформи и приложения. Осъзнали реалната заплаха за своето място на пазара някои от старите играчи на пазара започнаха да придобиват обещаващи стартъпи с интересни разработки на подходящи за бизнеса им





решения и по този начин да осъществяват част от своята трансформация.

## Цената на лоялността

За всички става ясно, че всъщност лоялният клиент е най-скъпият актив. Но лоялността има развитие във времето, тя изисква постоянна удовлетвореност на клиента, а това в бързо променящия се свят означава постоянна работа и целенасочени усилия на всички нива в компанията. Днес всяка организация е добре да държи под око промените и ако не е предвестник на най-новото, то поне да е бърз последовател.

Доволният клиент днес не е това, което е бил вчера. В негови ръце е бъдещето на всеки бизнес.

## Крайт на „щраусите“

На кого ли не му се е случвало да купи продукти или услуги, разминаващи се с обещаното - качеството не е на ниво, има скрити дефекти или технически проблеми, не е спазен срокът на доставка или срокът на годност е изтекъл... И когато това стане, често се наблюдава бягане от отговорност и враждебно отношение. Такива компании като щрауси заравят глави в пясъка и оставят клиентът да се оправя сам. А на него не му остава друго, освен при всеки повод да разказва за некоректната фирма. Най-често това се прави в интернет и разгласата има лавинообразен ефект. Така става естествен подбор и по този начин „щраусите“ нямат дълъг живот и тяхната ера просто отминава. Дори при заробващи годишни договори недоволният клиент по някое време си тръгва. И именно този отлив накара много от компаниите, които искаха да диктуват на своите клиентите правилата на играта, да коригират политиката си и да се обърнат с лице към онези, от които всъщност зависи тяхното съществуване. Програмите за лоялни клиенти станаха честа практика. Лоялността под една или друга форма се възнаграждава. Но и тук има тънкост – лоялността е пътуване, а не крайна цел. Нужни са постоянни промени в тези програми, съобразени с динамиката на средата и на клиентските нагласи. Гъвкавите компании намират начин да предложат нови поводи, чрез които клиенти да им останат верни. Те не ги притискат, а им показват ползите от подобно решение. Но най-важното е, когато клиентът се довери, да остане очарован от направения избор.

# КАК ДА ПРИВЛИЧАМЕ КЛИЕНТИ

СМАРТФОНЪТ Е С НАЙ-ГЛЕДАНИЯ ЕКРАН И ЗАТОВА НЯКОИ ОТ МОДЕРНИТЕ МАРКЕТИНГОВИ ИНСТРУМЕНТИ СА СВЪРЗАНИ ТОЧНО С НЕГО

автор: **Татяна Явашева**

**И**нтернет и смартфоните в ръката на всеки дават нови канали, по които търговците да привличат клиенти. Традиционните начини за реклама също работят, но вече се експериментира с какви ли не възможности, които да привлекат вниманието на купувачите.

## Търсене

Потребителите продължават да търсят възможно най-доброто качество за парите, които плащат. Фактор, който винаги има значение, е до каква степен потребителят се нуждае от дадения продукт. „Хората имат нужда от храна, но могат да живеят и без още един телевизор“, казва Филип Котлър. Той съветва да насочите средствата за реклама именно към продуктите, които предлагат най-доброто съотношение между качество и цена.

## Отстъпката привлича

Ако изпуснем момента да сме първи, ще сме последователи. Затова новият тренд в търговията е свързан с най-гледания екран – този на нашите смартфони. Мобилните устройства са новата ниша за привличане на клиенти. Всеки използва различни приложения в мобилното си устройство и вече има нова възможност, която дава предимство да се пазарува с отстъпки. Може да спестявате и да се забавлявате чрез 4U VOUCHERS. На тази платформа търговците пускат с намаления свои стоки и услуги и това е добър канал за комуникация с потребителите. Бизнес моделът е базиран върху търговската отстъпка, защото ако няма такава, търговската информация ще е като справочник. Умните устройства в ръката ни дават възможност да се използва силата на локацията, уверява Иван Гьошев, регионален



представител „Търговци“ за стартъпа 4U VOUCHERS. Той обяснява, че всеки може да пусне оферта за определен часов диапазон, в който се предлага отстъпка на конкретен продукт или изделие. Това осигурява поток от клиенти във време, в което те трудно може да бъдат привлечени по друг начин. Когато потребителят бъде локализиран, че е на дадена територия, той получава известие в приложението, че за него в близост има нещо интересно, от което би могъл да се възползва. Сред предложенията са и оферти, които не разчитат само на момента, а важат и за по-далечен период от време – например туристически услуги. 4U VOUCHERS е стартъп, който е на пазара от октомври 2016 г. и ако моделът проработи в България, компанията ще се насочи и към други страни в Европа.

## Лоялни клиенти

Колкото повече предложения правят търговците в при-





## Поне крачка пред другите

Когато ползвате един или друг канал за връзка с потребителите, винаги стои въпросът дали компанията е на печалба от рекламата, или разходите за нея са по-големи. Организацията трябва да съкрати тази реклама, която не дава очакваните резултати, и да запази онази част от нея, която се радва на по-силен интерес от страна на клиентите. Може дори да насочите повече средства към нея. Ако набележите целите, които рекламата трябва да постигне, ще може след това да измерите резултатите. Иновативните компании вече се ориентират към по-евтините начини за привличане на вниманието. Нововъведенията може да донесат повече продажби, но трябва да се опита. Струва си екипът да мисли извън установените рамки на бизнеса и да е поне крачка пред другите.

държа интереса към себе си, смята Иван Гьошев. Бизнес моделът на 4U VOUCHERS използва новите технологии и интереса на модерните млади хора. Интерактивните игри стават част от „играта“. Разчита се на реклама от уста на уста, но и на промоутъри. Конкурентното предимство на приложението е, че търговците публикуват оферти, на които потребителите реагират бързо. Те не продават ваучери, а на практика се правят моментни оферти. Отстъпките са само част от маркетинг микса. Не може да се залага само на промоции, но отстъпките привличат клиенти и ако те харесат услугите или продуктите, ще продължат да са ваши клиенти. Въпросът е как ще спечелите тяхната лоялност.

ложението, толкова по-силен ще става интересът на потребителите. Така и шансовете на приложението да стъпи „здро на земята“ ще са по-големи. В момента търговците може да се възползват от тестов период от 3 месеца, в който те няма да имат финансов ангажимент към платформата, но условието да правят отстъпка за потребителите остава. След това бизнес моделът ще е базиран на месечен абонамент. За привличане интереса на потребителите приложението използва своята фейсбук страница, като предлага и игри. „На лов за съкровищата“ носи точки. Има и други игри, чрез които потребителите получават точки за лоялност и когато те достигнат определен брой, следва награда.

### Влез в играта

Всеки търговец, дори този, който се радва на добри продажби, трябва да се рекламира и да се показва, за да под-

### Накъде

Нужни са усилия всеки ден, за да постигнете целта, иначе инерцията може да убие бизнеса. Дигиталната трансформация продължава и бизнесът трябва да се възползва от възможностите, които тя предоставя. Търговците не бива да си правят илюзия, че аналоговото време под една или друга форма ще продължи. Магазините един ден може да изчезнат и електронната търговия да ги замести. Вероятно ще има различни приложения, които да следят месечното потребление на всеки дом и да правят автоматични поръчки към доставчиците, но със сигурност търговията няма да е това, което е в момента. Нейната промяна ще се дирижира от развитието на технологиите. Утре тя няма да е това, което е днес. Затова макар и да се изискват определени усилия да бъдете иновативни в привличането на клиенти, е по-добре да свикнете да ги правите сега, отколкото да отложите занаят. Тогава ще сте в догонваща позиция.

# БЕЗОБЛАЧНО ЛИ Е В ОБЛАКА



## КОГАТО РЕШИТЕ ДА ПРЕМИНЕТЕ КЪМ ИНОВАТИВНАТА КЛАУД ТЕХНОЛОГИЯ, НЕ ГЛЕДАЙТЕ САМО С РОЗОВИ ОЧИЛА

автор: Яна Колева

**О**блачните услуги с все по-голяма сила си проправят път. Техни доставчици уверяват, че светът на иновативните клауд технологии (англ. cloud – облак) постоянно се движи напред, правейки информацията по-достъпна, комуникациите по-удобни, а споделянето на данни – по-сигурно.

Разбирането за облака най-често е като за споделен дейта център, в който има много компютри. От тази инфраструктура всеки ползва според своите нужди. Основно предимство на клауд услугите е именно възможността да се осигури оптимално натоварване на използваните ресурси от сървъри и дискови масиви. Но облакът вече развива и друга функционалност, която изисква неговата платформа да се познава добре, за да се осигури максимална ефективност.

### Предимства

Преминаването към клауд инфраструктура е най-лесно за стартапи и компании с малки бази данни. Но за големи мултинационални компании това обикновено е дълъг и труден процес, който скоро може да не бъде направен изцяло. Мотивиращ фактор да се работи в тази посока е прозрачността и оптимизирането на реалните разходи, които се правят за ползването на такава инфраструктура. Има възможност за скалиране на операциите, което позволява да се посрещнат всякакви нови изисквания. Същевременно може да се освободи инфраструктура, която не е необходима, и то без усложнения от финансово естество, обяснява Марин Роглев, мениджър „Сървърна администрация“ за EMEA в AVON. Клауд технологиите дават гъвкавост на корпорации и големи компании, които с едно решение може да отговорят на потребностите на различните пазари, на които те оперират. Инфраструктурата, която дадено решение изисква, за да работи, е само част от нещата. И когато то се нуждае от определена сървърна мощ, може да се направи алокация към клауда. А и без проблем отделните кампании, които те предприемат, може да се правят в облака. Когато обаче компанията е инвестирала в развитието на свой дейта център, той трябва да бъде поддържан, което е свързано с разходи. Даден проект, който е бил базиран на тази инфраструктура, може да е приключил, но инфраструктурният ресурс

продължава да съществува, казва Роглев.

### Право натам

Бизнесът започва да трансформира много от процесите си и ги изнася към външни доставчици на услуги. Например за различни маркетингови кампании, които траят само няколко дни, е нужен определен инфраструктурен ресурс. И несъмнено облакът е добро решение.

Ще чуете специалистите да казват, че няма полесна инфраструктура за поддръжка от липсващата инфраструктура. Да, клаудът намалява зависимостта от специална поддръжка и оптимизира разходите, както и нуждата от допълнителен брой IT специалисти. Облачната инфраструктура по подразбиране е налична, тя само чака команда от страна на компанията, за да бъдат обслужени нейните нужди. Добрата страна е, че отпада проблемът организацията да прави големи инвестиции за собствен дейта център. Същевременно голяма част от времето на екипите няма да отива за добрата поддръжка на средата и за гарантиране сигурността на информацията. Защото взаимодействието с клиентите кара клауд доставчиците да правят постоянни подобрения. Така се спестява много труд по поддръжката и се получава достъп до най-добрите практики. Когато се ползват клауд решения, може лесно да „влезеш“ и да „излезеш“, когато искаш – с „дребната“ подробност, че някой трябва добре да се погрижи за това. Облакът дава възможности, каквито развитието на собствен дейта център не позволява. Но това е розовата част.

### Размерът е от значение

Големият бизнес, който вече е направил сериозни инвестиции в хардуер, софтуер и обучение на специалистите, няма да се откаже от своите дейта центрове и едва ли изцяло ще премине към клауда. Не само това обаче е причина да не мигрира към облака, а има и регулаторни причини, които го възпират. Едно от най-големите предизвикателства е именно динамиката на промените в регулаторната рамка. Не е ясно какво ще се иска утре, но софтуерните специалисти трябва да са готови да реагират.

Решите ли да мигрирате, големият проблем е във верния набор от политики за преминаването на компанията



към клауд решения и наличието на механизъм за привездането на тези политики в действие. Основният въпрос е как да се направи така, че клауд инфраструктурата да е съгласувана с текущите процеси в организацията, посочва още Марин Роглев. Доставчиците на облачни услуги обещава гъвкавост и какво ли още не. Но фокусът винаги е върху бъдещето. В облака не може да си позволите някой приключил проект просто да си дреме там, забравен от всички в компанията.

### Управление на разходите

Миграцията към облака е сериозно предизвикателство. Необходим е изключително добър мениджмънт на разходите, който да е постоянен. И това не е свързано само със спиране на нещата, които вече не се ползват. Облачните услуги се развиват с изумителен темп. Това означава, че онова, което вчера е проектирано и пуснато в клауда по един начин, днес може да се поддържа така, че да струва далеч по-малко. Ако не бъде направена определена промяна, разходите на компанията може значително да се увеличат. Изисква се постоянно и динамично наблюдение и сравняване - като цяло управлението на разходите трябва да е на ниво и това е сериозна задача. Друго предизвикателство за всяка организация е класификацията на данните – кои са лични данни, къде те да се съхраняват, как да е защитена критично важната за организацията информация. Колелото

се върти и всеки ден излизат нови възможности. Но за жалост и хакерите не спят. Сигурността съвсем не е за подценяване.

### Миграцията не е за всеки

Облакът не е за всеки бизнес, защото миграцията може да е много скъпа. Ако няма конкретна нужда да се премине към облака, текущото решение може да върши по-добра работа. Затова всяка компания трябва добре да прецени дали има нужда от такава сериозна инвестиция. Преминването към облака не става с включването на едно копче, а има много техническа работа, която трябва да се извърши. Въпросът не е да пренесем данните от едно място на друго, а да се направи добра облачна инфраструктура, съветват специалисти с опит в клауд миграцията. Твърди се, че е грешка да се ползват два облака с цел диверсификация на дейта центровете. Другото предупреждение е внимателно да изберете своя доставчик на облачни услуги. Малките компании по-лесно ще сменят доставчика, ако се наложи. За големия бизнес е доста по-сложно.

„Откакто минахме на виртуалния сървър, направо се родихме, защото досадните забивки на стария сървър изчезнаха и сега работим наистина по-спокойно“, уверява доволен клиент. Решете ли обаче да мигрирате към облака, проучете и другата страна на монетата.

Мариян **Тодоров**, маркетинг мениджър в Облак.бг:

## Доверието в тези услуги расте

### **К**акви са предимствата на облачните услуги?

- Компаниите пестят от сериозни инвестиции в хардуер. Целият този ресурс се доставя чрез интернет. Чрез спестените капиталови разходи много от фирмите разширяват бизнеса си и стигат до нови пазари. Тази иновативна технология дава възможност на всеки бизнес да е крачка преди своите конкуренти. Днес компаниите постоянно трябва да насочват усилия за своята дигитална трансформация и тя да става по възможно най-улеснен начин.

### - Какво трябва да се знае за рисковете при миграцията към облака?

- Ние гарантираме високо ниво на сигурност на нашите облачни услуги, тъй като от това зависи и нашата репутация. Имаме специалисти, които постоянно следят процеса на сигурност и то в цялата рамка от възможни рискове, които може да застрашат сигурността. Хакерските атаки зачестяват и там също има развитие в начините, по които това се прави. Ето защо ние непрестанно инвестираме в сигурността, за да може компаниите да се чувстват защитени. Затова и на Webit.Festival. 2017 получихме награда за най-добър доставчик на облачни услуги.

### - Какво друго трябва да се има предвид при прехвърлянето на данните?

- Ние съдействаме това да стане по най-удобен и сигурен начин. Колкото повече са данните, толкова повече време отнема тяхното прехвърляне. Като цяло размерът на компанията е фактор. Нека обаче се има предвид, че ако бизнесът продължи да съхранява данните на свои сървъри, тяхната система за сигурност може по-лесно да бъде пробита. Освен това, ако компаниите не мигрират навреме в облака, те губят пари, а и конкурентоспособност.

### - Когато преминат в облака, компаниите не стават ли прекалено зависими от своя доставчик на тези услуги?

- Ние не създаваме такава зависимост и ако един клиент реши, че иска данните си обратно, му даваме възможност да си ги вземе. Всеки обаче трябва да внимава на какъв доставчик се доверява. Нашата цел е да станем доверен партньор на българския бизнес и заедно да растем.

### - С каква скорост растат облачните услуги като бизнес?

- В глобален мащаб развитието е колосално. В България облачните услуги навлизат малко по-бавно, но все повече клиенти осъзнават предимствата на тези технологии. Проучванията сочат, че скептиците намаляват и скоро облачните услуги ще започнат осезаемо да растат. Интересът се увеличава и в момента Облак.бг разширява своя дейта център.

### - Ще дойде ли време, когато старият начин на съхранение на данните напълно да отпадне?

- Всяка компания сама избира как да съхранява своите данни, но тенденцията е към засилваща се миграция и по-голямо доверие в облака. ■



АКО КОМПАНИИТЕ  
МИГРИРАТ НАВРЕМЕ  
В ОБЛАКА, ТЕ  
ПЕСТЯТ И ПЕЧЕЛЯТ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Нина **Жекова**, мениджър Правителствени и неправителствени организации, Виваком:

# ИНДУСТРИЯ 4.0 Е НЕМИСЛИМА БЕЗ РАВНОПРАВНО СЪТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ ДЪРЖАВАТА И ТЕЛЕКОМ КОМПАНИИТЕ

**Г**-жо Жекова, като представител на Виваком вие отговаряте за клиенти от правителствения сектор – министерства, агенции и други изключително важни органи за управлението на България. Какви според вас са тенденциите в развитието на държавната администрация?

- Държавната администрация има ключова роля в развитието на България както за гражданите, така и за бизнеса. Като част от голямото европейско семейство българската администрация синхронизира законодателните и нормативните разпоредби, така че да се гарантират правата на гражданите. Напоследък все по-актуална тема е дигиталната трансформация на администрацията и цялостната ѝ цифровизация, като ангажимент на всички публични институции. Именно това е посоката, в която ще се движи правителственият сектор в следващите няколко години.

**- Готова ли е страната ни за новата ера - Индустрия 4.0, и за дигитализация на процесите в бизнеса и в обществото? Това в голяма степен засяга и държавното управление.**

- „Индустрия 4.0“ навлиза с все по-силни темпове в бизнеса и в държавния сегмент. Предстоят редица предизвикателства, свързани с процесите по дигитална трансформация, които са не само технологични, икономически, но и обществено значими.

Предстои редица процеси да бъдат дигитализирани в унисон с новите технологични промени в световен мащаб. При развитието на „Индустрия 4.0“ държавата и бизнесът трябва да бъдат партньори, за да бъде успешно внедряването ѝ. Предпоставки за прилагането на „Индустриалната революция“ са човешкият ресурс и финансовият капитал. Решаването на проблема с човешкия ресурс е възможно чрез изграждане на образователна инфраструктура, както и подобрена връзка между науката и индустрията. Предимството на България пред другите страни по пътя на „Индустрия 4.0“ е, че страната ни се превърна в акселератор за нови високотехнологични компании. Налице са финансовите инструменти, които са приложими в „Индустрия 4.0“, като програми „Хоризонт 2020: Инструмент за малки и средни предприятия“ и „Оперативна програма иновации и конкурентоспособност“ (ОПИК). Друго предимство е създаването на еко-системи, каквато цели да бъде София Тех Парк например.

**- Каква е ролята на телекомите и конкретно на Виваком в този процес?**

- Концепцията за „Индустрия 4.0“ поражда необходимост от бързото развитие на технологиите за свързаност, широката употреба на облачните приложения и огромния обем данни, генерирани от устройствата тип IoT (Интернет на нещата). Реализирането ѝ е немислимо без осигуряване на качествени и надеждни телеком услуги и най-вече – високоскоростна интернет връзка, каквато Виваком предоставя благодарение на силно развитата си мрежа.

Но освен типично телекомуникационните решения, ние имаме амбиции да се развиваме и в сферата на облачните услуги. Вече сме поставили основите чрез дейта центрове, които управляваме и предлагаме на наши корпоративни клиенти. А съвсем скоро обяхме и началото на сътрудничеството си със световния лидер в ИКТ сферата – HUAWEI. Партньорството ни с тях ще допринесе за развитието на облачни услуги у нас и позиционирането на страната ни като своеобразен хъб за Европа в това направление.

С други думи, концепцията за дигитализация на индустриите е немислима без равноправно сътрудничество между държавата и телеком компаниите, както и стартър фирмите.

**- Разкажете ни конкретни примери за технологични решения, които предоставяте на клиентите си от правителствения сектор?**

- Виваком е предпочитан доставчик на фиксирани, интернет и мобилни услуги в правителствения сектор. Нашата мисия е да бъдем надежден и сигурен партньор, предоставящ телеком услуги и гарантиращ безупречно клиентско обслужване. Държавните институции развиват своите технологични потребности в синхрон със заобикалящото ни ежедневие.

Ние сме утвърден технологичен партньор при развитието на устойчиви системи за градски транспорт в редица общини. Сред тях са Бургас, Пловдив, Плевен, Стара Загора, части от София и други.

Към момента осигуряваме телеком свързаност между информационните табла и градските автобуси, както и wi-fi в градския транспорт.

Други иновативни проекти са въвеждането на систе-



ми за мониторинг и контрол на автопарка. Нашата GPS платформа е доказала своята ефективност и надеждност в правителствения сектор.

Въвеждането на системите за видеонаблюдение и мониторинг е тенденция, която се засилва в публичния сектор.

Живеейки в дигиталната ера, сигурността на информацията и съхранението на лични данни са предизвикателство пред всички нас. Виваком като водещ телеком оператор предоставя цялостни решения, включващи собствени центрове за съхранение на данни и защита от кибератаки.

Имаме интересни проекти и в областта на образованието, като последния, който реализирахме и се радва на голям успех в българските училища, е „Интерактивна класна стая“.

И не на последно място - голяма част от държавните структури с контролна функция вече са модернизирани и при проверки ползват планшети с мобилен интернет. На тях има инсталирани приложения, разработени специално за тяхната система.

**- С какво се различават клиентите от държавния административен апарат и бизнес клиентите?**

- Във Виваком имаме индивидуален подход към всеки клиент и се стремим да отговорим на неговите конкретни нужди от телекомуникационни услуги. Обикновено мал-

ките и средните компании са по-динамични, трябва да реагират бързо на своите конкуренти в бранша и имат нужда от по-чести и спешни промени в технологичните си решения. Ние сме гъвкави, като им осигуряваме 24/7 обслужване - както по административни въпроси, така и техническо обезпечаване.

Държавната администрация и големите компании от своя страна изискват по-сложни разработки на решения, услугите са мултиплицирани и е необходимо сериозно обезпечаване на технологичната инфраструктура. Ние можем да осигурим това благодарение на собствената ни оптична, медна и сателитна инфраструктура, силно развитата ни 4G мобилна мрежа, както и модерните ни Център за управление на мрежата и услугите и Център за съхранение на данни при бедствия и аварии.

**- Какво да очакват клиентите от Виваком до края на годината?**

- Виваком се стреми да задава тенденциите на пазара в полза на своите клиенти. Сега отново изненадахме нашите потребители с възможността да използват в роуминг включените си минути за разговори в страната. Това стана факт с новите ни Смарт планове два месеца преди влизането в сила на европейската регулация, която предвижда тази промяна за всички оператори. Ще продължим и напред да радваме клиентите с технологични иновации и услуги с богато съдържание, така че Виваком да бъде предпочитан доставчик на телекомуникационни услуги в страната.



автор: **Александър Александров**

# СИГУРНОСТ В МРЕЖАТА

**С**ветът вече е глобално село“ - тази популярна сентенция от зората на интернет, измислена за да покаже как световната мрежа променя живота ни, днес спокойно може да бъде заменена със „Светът вече е разграден двор“. Последните няколко по-сериозни глобални атаки през тази и отминалата година и особено разпространението на вируса WannaCry през последните седмици показват, че едва ли някой днес може да е спокоен за своята дигитална информация и оправданието „никой няма да хакне точно мен“ отдавна е изгубило актуалност.

Зловредният код WannaCry към края на май е заразил няколкостотин хиляди компютърни системи по целия свят, сред които има такива на държавни институции, болници, големи корпорации и обикновени потребители. И техният брой непрекъснато се увеличава въпреки опитите за противодействие. Примерите включват Националното здравно обслужване на Великобритания, китайски





## ВИРУСЪТ WANNACRY ПОСТАВИ С ЦЯЛАТА МУ ТЕЖЕСТ **ВЪПРОСА** **ЗА ЗАЩИТАТА** **НА ЛИЧНАТА** **НИ И ФИРМЕНА** **ИНФОРМАЦИЯ**

---

училища, германските железници Deutsche Bahn, испанския телеком Telefónica, FedEx и какво ли още не.

### Какво представлява

WannaCry е вирус от типа ransomware (от англ. ransom – подкуп). Този тип програми най-често открадват цялата налична на хард диска информация или просто я криптират, така че да не е достъпна за своя собственик. След това те искат откуп (в случая с WannaCry – около 550 лв.) срещу обещанието да му върнат контрола върху неговите данни и приложения.

Ransomware като концепция за зловреден код съществува от десетилетия. За първия подобен вирус се сочи AIDS Trojan, създаден през далечната 1989 година. Днес обаче този тип програми са много по-добре развити и представляват по-голяма заплаха поради нарастващото значение на данните за компаниите и физическите лица, както и поради развитието на криптовалутите през последните години, което улесни значително възможността да се получава откуп за присвоената информация. Конкретно WannaCry изисква

откупът да бъде платен във виртуалната валута биткойн.

Както вече сме информирали читателите на сп. „Икономика“, тя представлява неофициална, виртуална, децентрализирана парична единица, която може да се създава от всеки желаещ чрез извършването на определени изчисления от специална програма, инсталирана на локален компютър. Биткойн е любимата валута на стартиращи предприемачи, програмисти и технологични гурута и днес все повече компании приемат плащания в нея. Заради нейната непроследимост обаче тя е предпочитана и от престъпни организации и терористи. Именно затова и създателите на WannaCry са избрали откупът да се заплаща в тази криптовалута.

### Разпространението

на WannaCry е започнало на 12 май и за броени дни броят на заразените компютри е достигнал 230 000 в над 150 държави по целия свят. Вирусът таргетира компютри, работещи с операционната система Windows на Microsoft. Дълго време се считаше, че най-уязвима е сравнително

*Вирუსът WannaCry вече засегна стотици хиляди компютри по света и поставя по-тревожно от всякога въпроса за сигурността на информацията*

остарялата версия Windows XP. Софтуерният гигант дори се принуди да пусне ъпдейти на тази стара версия, която отдавна не се поддържа официално. Неотдавна обаче стана ясно, че всъщност най-много жертви на вируса са използвали Windows 7. Статистика, която буди учудване, защото тази версия е добре поддържана и за нея редовно излизат обновления, отчитащи най-актуалните заплахи за сигурността.

## Как да се предпазим

Наличието на антивирусна програма, дори тя да е платена, със сигурност е от полза, но не е достатъчна мярка за защита. Преди всичко WannaCry атакува компютри, чиито операционни системи не са обновени с най-новите ъпдейти. Затова от ключово значение за защитата от него е наличието на лицензирана операционна система и редовното ѝ ъпдейтване. Използването на Linux или друга система, различна от Windows също решава проблема. Експерти от ГДБОП посъветваха гражданите и бизнесът също да спрат уязвимия комуникационен протокол SMB, който е използван от вируса за разпространение, и да активират на компютрите си т.нар. „защитна стена“ (firewall).

От Генералната дирекция към МВР съветват също важните потребителски данни да се архивират редовно върху изолиран носител като например външен диск. Именно това е и най-надеждната превантивна мярка, която може

## да спаси важната ни информация

и от други типове атаки, както и от повреда или кражба на устройството. Архивирането на данните в „облачна“ услуга като Dropbox или Box може да помогне, но това зависи от редица фактори, като например дали услугата се използва локално на ком-



пютър и колко често се синхронизира информацията. Друга важна мярка за предпазване от тази и от множество други кибератаки е потребителите да не отварят файлове и линкове, получени от съмнителни източници – особено такива, в които изпращачът обещава голяма сума пари или пък съдържание с порнографски характер.

Разпространението на WannaCry беше силно ограничено от 22-годишния британски хакер Маркърс Хъчинс по изключително странен начин. Младецът, който работи за фирма за компютърна сигурност на Острова, е забелязал, че в кода на вируса е записан дълъг, нищо не означаващ домейн с цел създателят на зловередната програма да може да спре нейното разпространение във всеки момент, закупувайки интернет домейна. Британецът е направил това и е успял да ограничи значително разпространението на вируса, особено в САЩ и други региони. Въпреки това опасният код продължава да функционира и нивото на заплаха все още е високо.

Цената на биткойн буквално „полу-дя“, надминавайки психологическата граница от 2000 щ. долара. И мнозина отдават осезаемия ръст именно на разпространението на WannaCry и факта, че вирусът изисква заплащане на откуп в тази криптовалута.

## Корейската връзка

Според изследователи в сферата

на киберсигурността, включително от една от водещите компании в сектора – Symantec - е възможно опасният вирус да е създаден от севернокорейска хакерска организация. Като основание за това се посочва сходство между вируса и други кибератаки, реализирани от Пхенян. Освен това в светлината на последните събития и нарастващото напрежение между Северна Корея и САЩ не липсват и мотиви за тоталитарния режим да разпространи подобен вирус. За неговия капацитет в областта пък свидетелстват множеството предишни атаки на хакери от азиатската страна срещу компании и институции, сред които Sony Pictures и др. Между другото, съществуват и предположения, че Северна Корея е свързана също със създаването на криптовалутата биткойн. Припомняме, че за неин разработчик се сочи тайнственото лице Сатоши Накамото, но до момента никой не знае кой точно се крие зад това име.

Без значение кой е създателят на WannaCry обаче, неговото глобално разпространение и щетите, които продължава да нанася, са ясен сигнал за компании, институции и всеки отделен интернет потребител, че навлизаме в нова епоха на информационна несигурност, в която защитата на нашата информация и приложения просто не може повече да бъде negliжирана и всеки собственик на компютър или смартфон трябва да има активно отношение по тази тема.

С точния кредит  
бизнесът ми  
расте уверено.



## Бизнес кредит

Прег мен има една посока – нагоре



[www.fibank.bg](http://www.fibank.bg)  \*bank (\*2265)

С пълните условия на продукта можете да се запознаете на [www.fibank.bg](http://www.fibank.bg), \*bank (\*2265) или във всеки клон и офис на Fibank.

# МРЕЖОВАТА НЕУТРАЛНОСТ В САЩ ОТНОВО Е ПОД ЗАПЛАХА

автор: **Александър Александров**

**Д**нес вие можете да отворите брауъра на своя компютър и да въведете в него всеки един от милионите уебсайтове по света, който ще се отвори броени секунди след това. И вероятно го правите многократно всеки ден. Може би смятате за даденост тази лекота, с която достъпвате информация и функционалности от всевъзможни източници. Замисляли ли сте се обаче, че това можеше да не бъде естественото положение на нещата? Някога хрумвало ли ви е, че интернет можеше да се развие по съвсем различен начин? Например, всеки оператор да предоставя на своите потребители ограничен пакет от сайтове и онлайн услуги, които предварително са си платили за удоволствието да бъдат достъпни през неговата мрежа. Или операторите можеха да избират кои услуги да предлагат с висока скорост и кои – с по-бавен достъп, мотивирани от собствените си бизнес цели. Те имат техническата възможност за това.

## Защо тогава не го правят?

Причината е в един ключов принцип, залегнал във функционирането на интернет още с неговото създаване и с времето възприет от повечето телекомуникационни регулатори. Той гласи, че интернет доставчиците и телекомите са длъжни да предоставят на своите потребители еднакъв достъп до всички сайтове и онлайн услуги, без да ограничават достъпа до някои от тях или да пускат с по-висока скорост други. Именно на този принцип през годините се дължи развитието на интернет и превръщането му в отворената мрежа, която познаваме.

Нарича се мрежова неутралност и според мнозина е изиграла ключова роля за опазване на свободата в интернет, както и за възхода на уеб предприемачеството. Въведен е още от създателя на world wide web протокола Сър Тим Бърнърс-Ли и редица други ентузиаста, спомогнали за ранното развитие на мрежата. Благодарение на този принцип и на редица отворени уеб стандарти, днес всеки от нас може да си направи сайт и да го качи на някой хостинг, след което

всички телеком оператори автоматично започват да предоставят достъп до него.

Не всички обаче са щастливи. През последните години мрежовата неутралност (net neutrality) е подложена на все по-силни атаки в различни региони на света, инициирани преди всичко от лобитата на телеком индустрията. Някои от големите оператори отдавна виждат в този основополагащ принцип трън в очите, който ограничава дейността им. От страната на защитниците на мрежовата неутралност пък се нареждат големи онлайн корпорации като Google и Facebook, множество стартиращи уеб фирми, организации, защитаващи правата на интернет потребителите, както и такива в защита на отворените стандарти и свободното споделяне на информация.

## Битката се ожесточава

все повече поради нарастващото влияние на онлайн корпорациите и убеждението на телеком бранша, че те навлизат в неговата територия и получават несъразмерно голяма част от приходите от дигиталната икономика, превръщайки телекомите просто в поддържаща инфраструктура, събираща плоски тарифи за достъп. Тази битка не е от вчера и вече е трудно да се определи кой какъв е в нея. Онлайн гиганти като Google и Facebook постепенно изграждат и своя мрежова инфраструктура, а с придобиването на AOL и Yahoo от Verizon и на Time Warner от AT&T телекомите активно навлизат в сегмента на онлайн услугите и съдържанието.

Сега войната навлиза в следващата си фаза на едно от



## NOVIAT PĚKOBODITEL NA FEDERALNATA KOMISIJA PO DALEKOSĚOBŤENIJA E NA PĚT DA PROMENI INTERNET IZ OSNOVI



най-важните си бойни полета – САЩ, където неотдавна новият президент Доналд Тръмп смени ръководителя на Федералната комисия по далекосъобщения – секторния регулатор, който в голяма степен определя какво ще е бъдещето на мрежовата неутралност. В САЩ темата е още по-чувствителна заради огромното влияние, което трите основни телеком групи – AT&T, Verizon и Comcast – имат върху пазара.

Новият председател Аджит Пай е бивш съветник на Verizon, който още с встъпването си в длъжност обяви намерението си да промени редица ключови регулации на своя предшественик Том Уилър, включително и по отношение на този вълнуващ цялото интернет общество въпрос.

Пай наследява изключително крехко равновесие в сектора, след като през 2015 г. Уилър успя да защити неутралността на мрежата след активна обществена дискусия и множество писма до комисията от различни граждански организации. Тогава в подкрепа на запазването на неутралността се обяви и британският комик Джон Оливър, който в своето шоу по HBO предизвика сериозна дискусия, довела до падането на сайта на съобщителния регулатор.

Три години по-късно Аджит Пай е на път да премахне въведените през 2015 г. правила за отворен интернет, а заедно с тях и мрежовата неутралност. Неговият екип вече публикува предложение за нова регулация, която в голяма степен би облагодетелствала телекомите. Сайтът на федералната комисия отново е засипан с критични коментари и отново това доведе до временното му падане. Джон Оливър също пак се активизира в подкрепа на неутралността на мрежата.

„Всички интернет общности трябва да се обединят, както направихте това преди три години. Всяка субкултура трябва да се присъедини – геймъри, YouTube звезди, Instagram модели ... Имаме нужда от всички ви“ - заяви комикът по време на своето шоу. Онлайн гиганти като Google, Facebook, Netflix и др. също се обявиха срещу премахването на мрежовата неутралност.

При администрацията на Обама общественият натиск се оказва достатъчен да попречи за унищожаването на този основополагащ принцип на мрежата. Сега обаче Федералната комисия по далекосъобщения е доминирана от републиканци, а ръководителят ѝ е откровен поддръжник на телеком индустрията. Демократическата партия от своя страна също започна да се активизира, заемайки позиция в защита на отворената и свободна мрежа. Това обаче би могло да се окаже нож с две остриета, тъй като заплашва да политизира въпроса, давайки допълнителна мотивация на републиканците да приемат регулаторните промени.

Коя от двете страни ще спечели този път, предстои да стане ясно съвсем скоро. А резултатът по един или друг начин ще засегне целия свят поради централната роля, която САЩ имат за развитието на интернет и факта, че всички ние ежедневно използваме услуги на американски онлайн компании.



Facebook е безспорен лидер в сегмента с приложенията си WhatsApp и Messenger

# ЧАТ ПРИЛОЖЕНИЯТА СА НОВАТА ОНЛАЙН ПЛАТФОРМА

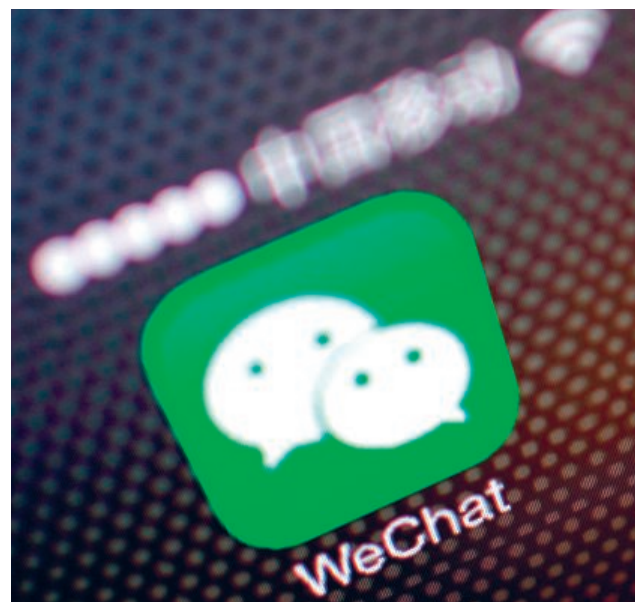
автор: **Александър Александров**

**И**ван е 16-годишен младеж, който ходи на училище, тренира волейбол и излиза с приятели. Той вече притежава първия си смартфон и го използва активно, най-вече за чат комуникация с приятелите и съучениците си. Иван има акаунти в няколко месинджър програми – Facebook Messenger, Instagram, Snapchat и Viber. В резултат на това му се налага да се вторачва в телефона си на всеки няколко минути, защото непрекъснато някой от неговите приятели му пише и очаква отговор от него.

Иван не се различава по нищо от хилядите свои връстници, чието ежедневие вече е доминирано от мобилните технологии, а чат месинджърите заемат все по-централно място в ежедневието им. Според последните проучвания, все повече потребители както в Европа, така и в Азия и САЩ използват своите телефони преди всичко, за да си чатят.

А най-популярните приложения от този тип като WhatsApp и Snapchat постепенно се превръщат в платформи, използвани от потребителите, за да играят игри, да достъпват новини, да си споделят съдържание и дори да пазаруват.

Тази тенденция не е съвсем нова. Тя датира още от времето на ICQ – популярната в миналото чат програма, която беше закупена от AOL през 1998 г. и която също поддържаше освен традиционната чат комуникация, възможност за



Приложението WeChat е най-популярното в Китай и вече печели позиции и на други азиатски пазари

игра на игри и други услуги. Разликата сега е в мащаба на явлениято. Днес чат приложенията на мобилните телефони на практика са на път да се превърнат в

новите браузъри

Компаниите вече забелязват тенденцията и започват да се възползват от тази възможност за общуване със служителите и най-вече с клиентите си. Редица водещи брандове вече създават кампании, използващи като сре-

:  
 :  
 :  
 :  
 :  
 :  
 :  
 :  
 :  
 :

ОТ МАЛКИ ДОПЪЛНЕНИЯ КЪМ ДРУГИ ОНЛАЙН  
 УСЛУГИ, ТЕ ПОСТЕПЕННО СЕ ПРЕВЪРНАХА В  
**ОСНОВНА ТЕРИТОРИЯ ЗА КОМУНИКАЦИЯ,  
 ИНФОРМИРАНЕ И ДОРИ БИЗНЕС**



*Snapchat трупа сериозна популярност сред младежите*

да месинджъри. С широкото навлизане на чатботове пък се наблюдава и по-активното използване на този канал за корпоративна поддръжка.

Facebook вече доминира категорично в този бързо променящ се сегмент с две от най-популярните чат приложения – WhatsApp и Messenger, както и с Instagram. Компанията възприема чат сегмента изключително сериозно и хвърля в него дори повече ресурси, отколкото инвестираше преди около две години в сектора на онлайн видеоуслугите.

Социалната мрежа придоби WhatsApp през 2014 г. за впечатляващите 22 млрд. щ. долара. И макар тогава сделката да беше критикувана от мнозина, днес тя е на път да се превърне в най-успешната покупка на ръководената от Марк Зукърбърг компания. Междувременно тя непрекъснато развива и своя Messenger, превръщайки го в едно от водещите чат приложения с над 1 милиард потребители. Политика, която води началото си също от 2014 г., с решението на Facebook да го превърне в отделно приложение, отделяйки го от самата социална мрежа. Facebook вече позволява на независимите разработчици да правят собствени ботове в Messenger, а интегрирането на разплащания в него обещава да го направи още по-влиятелен, позиционирайки го в центъра на електронната търговия. Другите

## ключови играчи

в чат сегмента включват Viber, собственост на японската Rakuten, и WeChat – най-популярното чат приложение в Китай, притежавано от китайския конгломерат Tencent. През последните месеци то печели все повече влияние и в други азиатски пазари, включително Индия. В челната петица по популярност е също Line – най-използваният месинджър в Япония, който постепенно навлиза и в пазара на мобилни услуги.

Имайки предвид, че WeChat и Line се използват предимно в Азия, като основни конкуренти на Facebook за западната аудитория се открояват Viber, Snapchat, която неотдавна осъществи успешно първично публично предлагане, и Kik, която е обичана от американските младежи заради своята анонимност. Неотдавна Tencent инвестира 50 млн. щ. долара в последната, именно за да засили влиянието си сред тийнейджърите. Като цяло младежката аудитория ще бъде основен двигател за развитието на чат услугите. Нейното влияние ще се усилва и с постепенното ѝ съзряване и достъп до по-сериозни услуги като електронна търговия и мобилно банкиране.

## Отговорът на Google и Apple

изглежда също няма да закъснее. Двете корпорации вече показваха, че също имат апетити към бранша и ня-

мат желание да оставят Facebook да доминира в него. Apple неотдавна отвори своя iMessages за външни разработчици, използвайки позициите му на чат приложение по подразбиране в нейните смартфони iPhone. Google от своя страна залага на Allo – цялостен виртуален асистент с вграден изкуствен интелект, който оперира в чат среда. Неговото предимство е достъпът до информация за предпочитанията на потребителите, историята на търсенето им и други данни от останалите услуги на онлайн гиганта. Allo може например автоматично да препоръчва ресторанти в близост, когато потребителят покани някого на вечеря по чата. Тази интеграция с множество други услуги и платформи може да превърне този асистент във важен нов онлайн играч.

Все още е прекалено рано да се прогнозира кой от тези играчи ще надделее в динамичния нов сегмент. Всъщност истината е, че чат приложенията все още се намират в етап на развитие, сравним с доминацията на Altavista и MySpace в близкото минало на мрежата. Чудите се какви са тези имена? И има защо – днес те отдавна са изгубили

своята популярност.

Altavista беше една от първите интернет търсачки, особено популярна в края на миналия век – преди Google да отвее този сегмент. Постепенно обаче влиянието ѝ намаля и през 2003 г. тя беше придобита от Yahoo!, за да бъде закрыта десет години по-късно. MySpace, от своя страна, беше най-популярната социална мрежа преди Марк Зукърбърг да развие Facebook. Тя имаше своите звездни моменти, когато през 2005 г. беше придобита от News Corporation на Рупърт Мърдок за впечатляващите 580 млн. щ. долара и година по-късно, когато временно надмина по посещаемост дори Google, превръщайки се в най-посещавания сайт в САЩ.

Днес обаче и Altavista, и My Space отдавна са в забвение. А съдбата им ни показва, че в интернет първите играчи в даден сегмент рядко стават бъдещите хегемони в него и най-често биват изместени от по-гъвкави и иновативни конкуренти. Затова и все още е прекалено рано да прогнозираме как ще се развие пазарът на чат услуги в бъдеще. ■



Viber се явява един от сериозните конкуренти на Facebook при чат платформите





1892

NAVIGATION  
MARITIME  
BULGARE

[www.navbul.com](http://www.navbul.com)

# КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

## НАДЕЖДЕН ПАРТНЬОР

BŪLGARIYA  
BULGARIA

## В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ!



# ФАКТИТЕ СА МЪРТВИ, ДА ЖИВЕЯТ ИНТЕРПРЕТАЦИИТЕ!

АВТОР: Владимир Митев

**Н**овините са повредени, но ние разбрахме как да ги поправим“, казва Джими Уейлс, създателят на Уикипедия, за своя нов проект Wikitribune. Неговата основна цел, разбира се, е да се бори с фалшивите новости.

Откакто Brexit и победата на Доналд Тръмп в Щатите разтърсиха света, най-модният въпрос в съвременната журналистика са фалшивите новости. В добавка към Уикипедия технологичните гиганти Google и Facebook периодично обявяват нововъведения или анонсират намерения за борба с явлениято. Общото между тези и други търсения на онлайн съдържание, в което да има само истина, е, че технологията е безсилна пред явлениято и всъщност именно тя способства за нейното разпространение.

„Тайната формула“ на Wikitribune не прави изключение. Сайтът анонсира, че ще създаде „новинарска платформа, събираща заедно [професионални] журналисти и доброволци“, които работят равнопоставено. „Искаме да гарантираме, че вие [потребителите] ще четете статии, базирани на факти, които имат истинско въздействие върху местните и глобалните събития. Също ще направим така, че представяните истории ще бъдат лесни за проверка и подобрене“, казва изявлението на новинарския сайт относно неговата мисия.

Така дефинирани, подходите на Wikitribune звучат благородно и по същество представляват употреба на технологията crowdsourcing, когато по даден проблем се остава на онлайн масите от потребители да събират информация с цел да се постигне всеобхватност и разнообразие. Всъщност обаче, подобни проекти вече са били реализирани многократно, пише във в. The Guardian Емили Бел – директор на Центъра по дигитална журналистика Tow към Висшата школа по журналистика в Колумбийския университет. Авторката припомня случаи, в които журналисти или политици са използвали crowdsourcing, но успехите на метода са противоречиви. Той не е защитен от изкривявания на информацията, от предубеденост на събирачите на информацията и на редакторите и дори вместо до истина, се е достигало до съмнения в точността на данните. Случвало се е дори инициаторите на подобна инициатива да бъдат съдени за тормоз.

Решенията, които Google и Facebook предлагат към момента, също не решават проблема. Двете компании действително са заинтересовани да покажат, че работят по него и то не само заради своя престиж на „етични“ корпорации. Според британския в. The Times, Google и Facebook получават 60% от трафика за дигитални реклами. Казусът с фалшивите новости, които се разпространяват чрез двете платформи, ги изправя пред риска да изгубят важен дял от рекламен пазар в размер от 15,7 млрд. евро. А в крайна сметка голяма част от неверните информации са промотирани чрез платформите за онлайн реклама на двете



компани.

В първите дни на април Google обяви началото на свой нов продукт, наречен Fact Check, чиято цел е не самата компания, а други издатели и организации за проверка достоверността на фактите да проверяват доколко дадени новости са верни. Въпреки че етикетът за степента на достоверност може да бъде видян при търсене и при четене на новости с Google, той не покрива всички новинарски публикации.

На свой ред Facebook обяви също през април, че ще бори фалшивите новости на три фронта: чрез ограничава-

· ПРОБЛЕМЪТ С ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ НЕ Е НОВ,  
· HO E УСИЛЕН КАТО МЕГАФОН ОТ ЦИФРОВИТЕ  
· ТЕХНОЛОГИИ. **ТОЙ ОБАЧЕ Е НЕРЕШИМ НЕ САМО**  
· **ТЕХНОЛОГИЧНО, HO И ФИЛОСОФСКИ**



не на икономическите стимули, които насърчават разпространяването на фалшиви новини (т.е. чрез ограничаване на тяхната реклама), чрез създаване на нови продукти за борба с негативното явление и чрез помощ за потребителите, така че те да вземат информирани решения, когато се сблъскат с невярна информация. В някои случаи Facebook вече предупреждава, когато дадена новина, която някой смята да сподели на стената си, е установена като фалшива.

Промените, които Google и Facebook въвеждат, засега са по-скоро козметични. Междувременно британската „Асоциация на новинарските медии“ обвини през март двете ком-

пании, че подпомагат пропагандни сайтове в разпространението на фалшиви новини, защото така извличат по-голяма печалба, докато легитимни медии остават без финансиране от корпорациите. Обяснението, което асоциацията дава, е, че фалшивите новини се разпространяват най-вече като вируси – от човек на човек, и са по-комерсиални – т.е. привличат повече кликания, импресии и рекламни приходи. Според Люси Гил – съветник по юридическите и регулационни въпроси на News Media Association, алгоритъмът на Facebook измерва значимостта на дадена новина според нейния показател за вирусно разпространение, т.е. дали тя е споделяна масово, а неверните информации имат висок показател за това.

„Издателите на новинарските медии са най-големите инвеститори в оригинално информационно съдържание – 58% от общите британски инвестиции в тази дейност. Но дигиталната верига за разпространение възнагражда дистрибуторите на съдържание (компаниите посредници между издатели и читатели като Google и Facebook), а не създателите на това съдържание. Правителството и регулаторите не могат завинаги да си затварят очите за двуглавия монопол на медийния пейзаж, който Google и Facebook осъществяват“, казва Ашли Хайфийлд, председател на „Асоциацията на новинарските медии“.

Дейна Бойд – американски изследовател на социалните мрежи, смята, че за проблема „фалшиви новини“ носят отговорност и социалните мрежи, и навлизането на дигиталната журналистика, и дори македонските тийнейджъри (разпространявали ги по време на кампанията на Тръмп – бел.ред.), но всички тези явления са само симптоми на по-сложни проблеми. „Никакво „оправяне на Facebook или Google“ няма да промени базовите фактори, влияещи на културата и на информационните войни, в които САЩ в момента са потънали“, казва Бойд, цитирана от сп. Fortune.

Експертката е на мнение, че проблемът е културен и свързан с разпада на ценностите, отношенията и социалната тъкан. Медиите, политиката и технологиите просто възпроизвеждат и усилват поляризацията, която съществува между нарастващ брой обществени сили и личности, „желаещи да използват тези системи за лични, икономически и идеологически ползи“.

Още предтечата на постмодернизма от XIX век Фридрих Ницше изрича ключовата формула – „Няма факти, а само интерпретации“. Възходът на постмодернизма като философска школа след Втората световна война и особено след 80-те години е свързан именно с разпадането на единната представа за норма и истина в обществото, характерни за модерната епоха.

Днес емоциите и личностите са по-важни от фактите и от институциите, защото могат по-лесно и бързо да мобилизират хората за действие. А животът отдавна се е пре-

върнал не в следване на могъща и непреходна истина, а в изпитание как човек да остане верен на същността си и в същото време адекватен на условията около себе си, изискващи постоянни промени.

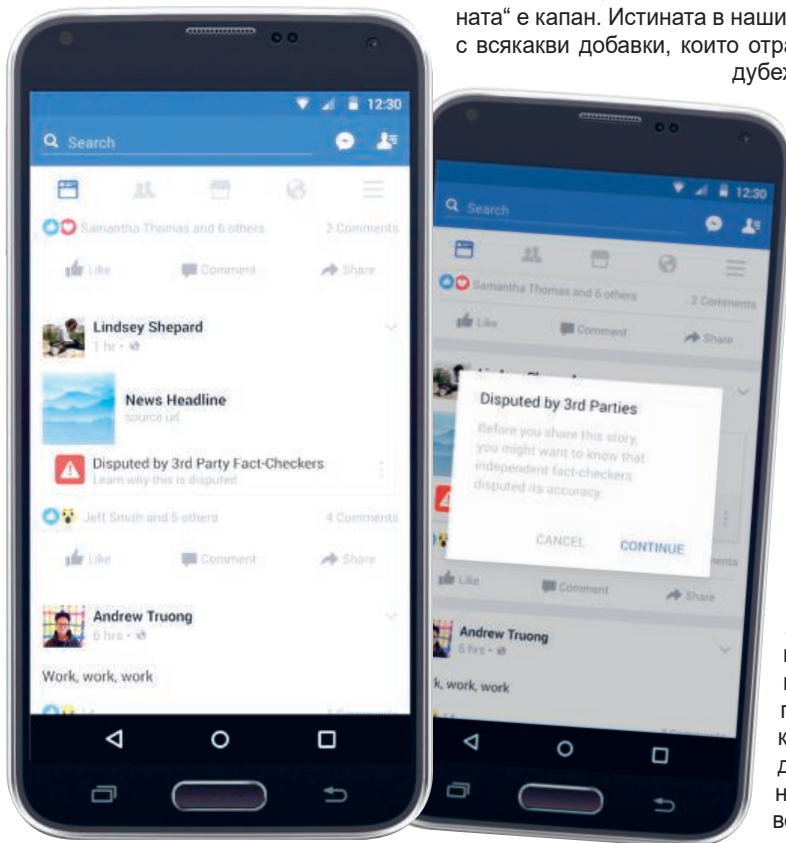
В такава обстановка търсенето на новини, които да казват „истината, само истината и нищо друго освен истината“ е капан. Истината в нашия свят отдавна е смесена с всякакви добавки, които отразяват пристрастия, пре-

дубеждения, ограниченост и тя е такава както в живота, така и в медиите, сами по себе си надстройка над живия живот. Ние всички сме ограничени в своите способности да постигнем завършеност или съвършенство на познанието, а неговата чиста същност е запазена територия единствено на боговете.

Затова много по-ефективно би било човечеството да насочи усилията си вместо към дигитална инквизиция на лъжата, към развиване на критично мислене у гражданите, което да им позволи да преценяват на кои твърдения могат да се доверят, на кои не могат и на кои ще преценят достоверността след време. По медиите за журналистическата индустрия като Poynter.org или Niemanlab.org вече се изказват идеи, че просто

постановяване от фактчекърите кое твърдение е вярно и кое не, не помага особено на хората да правят заключения. Експерти предлагат да се пишат по-обширни статии, които да обясняват контекста на даден проблем, връзките между заинтересованите страни в него, принципите, по които се развиват отношенията и т.н. Така журналистиката може би ще се придвижва към едно ново свое ниво, в което тя вече не само отразява живота, но отразява, осмисля и надгражда самата себе си.

В крайна сметка отново в центъра на всичко е човекът, когото съвременният свят продължава постоянно да разпъва на кръст, тествайки неговата етична система, психика и разум. Фалшивите новини не са ново явление, но технологиите усилват като мегафон тенденцията да живеем в свят без истина, а само с интерпретации. Това може да изглежда страшно и да поражда много конфликти, но то е и спасение от времената, когато някои хора са се превръщали в нравствени титани и са законодателствали кое е добро и зло за всички. Липсата на обективна интерпретация обаче не значи, че няма верни гледни точки. Напротив, както се казваше в сериала „Досиетата X“, „истината е някъде там“.



Социалните мрежи се опитват да контролират т.нар. фалшиви новини, но според мнозина експерти това не е по силите им не само технологично, но и философски

# КМЕТА.BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ



ЧЕТЕТЕ ВЕЧЕ И ОНЛАЙН  
[www.kmeta.bg/e-вестник/](http://www.kmeta.bg/e-вестник/)





# ВДИГНИ НИВОТО 4D и 5D ПРИНТИРАНЕ

АВТОР: Владимир Митев

**Т**риизмерното принтиране все повече покорява света и то не само заради спадщата цена на 3D принтерите, която позволява те да станат аксесоар от дома. През 2015 г. за първи път сред материалите, с които може да се печата, се наредиха желязото, бронзът и варовикът. Металите, отпечатани триизмерно, имат всички оригинални свойства – включително електропроводимост. Вече е възможно да се ползват и повече от един материал за печат. Така възможностите за творчески, дизайнерски и инженерни решения нарастват.

Предлагат се и 3D скенери. Това позволява изпращане по факс на сканирани обекти, които после да бъдат „размножавани“. Печатането в три измерения достигна и до храните. В Холандия всички палачинки за микровълнова печка, които се продават в магазините, са отпечатани по този начин. През 2016 г. в Лондон отвори врати Food Ink. – първият ресторант, където всичко – от храната до приборите за хранене, е направено с 3D принтер.

Какво следва? Една посока, в която може да се търси следващата вълна в триизмерния печат, е „вдигането на категорията“ в посока 4D и 5D печатане. Четириизмерният печат се извършва също като триизмерния, но при него се изработват обекти, които променят своята форма с времето. Това „самосгъбяване“ става под въздействието на пасивен външен източник на енергия – топлина, електричество, магнитна сила, гравитация, влажност. Например картонена кутия, която след като е била използвана, се сгъва сама.

При петизмерния печат също се използва 3D принтер. Но докато при стандартното 3D печатане

обектите се създават чрез нанасяне на хоризонтални слоеве един върху друг, при 5-измерния печат леглото, което се печата, може да се мести не само в трите стандартни измерения, но и по още две оси. Така чрез печатане върху пет оси се постига допълнителна здравина на отпечатаните обекти спрямо стандартните 3D продукти.

Тези подобрени технологии за триизмерен печат имат създатели и разпространители, които творят в нашата съвременност. Четириизмерният печат е въведен за първи път от Скайлър Тибитс – преподавател от Масачузетския технологичен институт. Изследователите от висшето училище са

Фото TED Flickr



Скайлър Тибитс показва по време на конференция TED как материал, направен с 4D принтер, променя формата си



Тръби, които се разширяват и свиват

## МАКАР И ВСЕ ОЩЕ НЕМАСОВИ ТЕХНОЛОГИИ, НАДГРАЖДАНИЯТА НАД ТРИИЗМЕРНИЯ ПЕЧАТ ВЕЧЕ СА ФАКТ

използвали полимерни материали, за да създадат „гъвкави устройства, способни да запомнят първоначалната си форма и да се трансформират според въздействията на външната среда“.

Тайната на четириизмерното печатане – освен дизайна, е в употребата на многослойни материали. Като се знаят свойствата им и реакцията на определено въздействие отвън, могат да се създадат конструкции, които „се изграждат“ сами – на базата на постоянен външен „дразнител“.

Петизмерният печат е създаден най-напред от Уилям Йеразунис, старши изследовател в лабораториите на Mitsubishi Electric. Ученият има 26 патента за разработки в най-различни области. Той играе важна роля в развитието на спам филтрите в работата на електронните пощи. Работил е в областта на оптиката, обработката на сигнали, изкуствения интелект, имунологията и радиоастрономията.

Чрез 5D печата Йеразунис решава един от съществени проблеми на триизмерното принтиране – слабостта и крехкостта на изработените материали. Тъй като те са нанасяни слоеве по слоеве, в местата, където слоевете се свързват един с друг, обектите са чувливи. Според учения чрез 5-измерния печат отпечатаните предмети стават от 3 до 5 пъти по-здрави. Освен това те биват произведени с 25% по-малко материал от необходимия при стандартното 3D принтиране.

Четириизмерният печат може да има много приложения. Едно от тях би могло да е създаването на миниустройства, които да бъдат имплантирани в човешкото тяло и при определени изменения на вътрешното състояние на човек – например при температура да освобождават дадени вещества, възстановяващи балансите в организма. В този случай повисоката температура би могла да повлияе на четириизмерно отпечатания предмет, за да се трансформира по начин, освобождаващ лекарството в кръвта.

В момента четириизмерното печатане се разработва от водещи компании и изследователски лаборатории в областта. Според Тибитс то може да се прилага в различни области – от направата на маратонки, които променят формата си, докато са на стъпалата на човека според неговата активност, до дрехи, променящи структурата си на базата на времето и околната среда.

Технологията продължава да бъде в състояние на развойна дейност. Част от успехите в тази посока е създаването на

материали на базата на хидрогел. Възможно е 4D печатането да доведе до канализационни тръби или тухли, които променят размерите си според външните условия и така изпълняват по-добре функциите си.

На свой ред петизмерният печат изисква по-сериозна подготовка и обмисляне, преди да се пристъпи към печатането. „Петизмерното принтиране предполага много анализ. При него е необходимо да знаеш как отпечатваният обект ще бъде използван. Но щом можеш да направиш този детайл пет пъти по-здрав, това наистина променя начина, по който мислиш за триизмерните отпечатани предмети“, казва Йеразунис.

Предимствата на по-голямата здравина и на по-малкото необходим материал при петизмерния печат правят технологията обещаваща в много отрасли, където вече е навлязло триизмерното принтиране.

С масовото разпространяване на 3D печата все по-лесно ще става да се извършва своеобразна „кражба на формата или на дизайна“ на дадени обекти. Развитието на технологията за копиране, която получава допълнително надграждане в 4D и 5D принтирането, може би ще доведе и до по-остро поставяне както на етични, така и на юридически въпроси, свързани с възпроизводството на предмети и интелектуални права. Да се копира един предмет, преминал през 3D скенер, не може да се нарече кражба на самия предмет, тъй като той продължава да е собственост на своя създател или купувач. Но може би в някакъв смисъл то е възпроизводство, което наподобява интернет пиратството, само че в този случай е свързано с копиране на твърда, материална вещь и най-вече на нейната форма.

4D и 5D технологията все още са в тестови период и ще отнеме време, докато се масовизират. 4D печатът има очевидна възможна употреба в сферата на изкуството. Но какво би било бъдещето на дизайнерите, скулпторите или 4D творците, когато се появят масово скенери, които да направят творбата им напълно технически възпроизводима?

В своята книга „Посткапитализмът“ британският журналист от BBC Пол Мейсън пише, че дигитализацията на съвременната икономика поставя пред сериозни проблеми капитализма поради лесната възпроизводимост на електронното съдържание и невъзможността да се извлече нарастваща печалба от него. Дали случващото се с информацията в интернет днес – свободна циркулация, изобилие и нулеви или клонящи към нула цени за достигане до нея, е и бъдещето, което 3D принтирането и разновидностите му ще донесат в света на цифровизираните предмети?

# БЪЛГАРСКАТА ВИДЕОИГРА, КОЯТО СЪБРА ЗА ЧАСОВЕ В ИНТЕРНЕТ

# 500 000 лева

ПРОЕКТЪТ PHOENIX POINT ВЕЧЕ Е СОЧЕН ЗА НАСЛЕДНИК  
НА НЯКОИ ОТ ВОДЕЩИТЕ ЗАГЛАВИЯ ОТ СВОЯ ЖАНР

ОВТОР: **Александър Александров**

**З**а колко време печелите 500 000 лева? Ако притежавате голямо и печелившо предприятие, е възможно това да стане за месеци. Ако пък имате малък бизнес, примерно в областта на услугите, може би спечелването на посочената сума би ви отнело една или няколко години. Или пък може да не се случи никога.

При всички случаи постижението на няколко млади български програмисти и дизайнери изглежда впечатляващо – екипът успя да набере повече от 500 000 лева за броени часове. При това – за да атакува планетата ни с извънземен вирус и да я засели със странни и застрашителни ракообразни мутанти.

За какво става въпрос? Phoenix Point е наименованието на новата видеоигра, създадена от софийското гейм студио Snapshot Games. Въпреки че е съставено изцяло от българи, то е собственост на ветерана в гейм индустрията Джулиан Голъп, който развива дейността си от България вече над десет години. Голъп е известен като основател на компании като Mythos Games и Codo Technologies, които макар и днес да не съществуват, са оказали значимо влияние върху развитието на гейм пазара. Може би най-популярното заглавие на известния гейм дизайнер е научнофантастичната поредица X-COM, която описва света след инвазия от извънземни същества.

## Да заложиш на споделено финансиране

Екипът решава да финансира своята игра с кампания за групово финансиране в интернет. Споделеното или групово финансиране (известно още като crowdfunding) е метод



за набиране на средства, при който огромен брой фенове или поддръжници на даден проект заплащат малки суми, събирайки заедно значими средства за неговото реализиране. Както вече сме писали в сп. „Икономика“, този подход се използва както за предприемачески начинания, така и за нови арт проекти или социални каузи. Най-популярните crowdfunding сайтове са Kickstarter и Indiegogo, които до момента са разпределили стотици милиони долари под формата на споделено финансиране. Българското гейм студио обаче е публикувало своята кампания в сайта fig.co.

## Небивал успех

Интересът към играта се оказва огромен. Само за по-малко от 24 часа тя успява да набере повече от 300 000 щ. долара, или над 500 000 лв. и сумата нараства с всяка изминала минута. Така към 25 май са събрани над 640 хил. долара, което е 128% от необходимия бюджет. Над 8500 поддръжници са дарили средства за реализацията на проекта. Сумата ще бъде използвана за самата разработка на





стратегическата игра с фантастичен сюжет.

## Добре дошли в постапокалиптичния свят

Годината е 2047-а, а планетата Земя е атакувана от извънземен вирус, който превръща хората в мутанти. В различни краища на света са оцелели малки общности от хора, които имат своите различни интереси и цели. Геймърите се превъплъщават в една от тези фракции и се заемат с изпълнението на поредица от опасни мисии, сблъсквайки се с опасни мутирани морски същества. Понякога противниците са и други човешки фракции, чиито намерения са враждебни. Залогът както винаги е спасяването на цялото човечество.

Това е втората игра, разработена от софийския екип на Джулиан Голъп, който работи от офиса си в столичния квартал Дианабад. Предишното заглавие, изработено от неговия български офис – Chaos Reborn, е събрало над 200 000 щ. долара в друг известен уебсайт за групово финансиране – Kickstarter, и до днес продължава да се продава успешно в може би най-популярната онлайн платформа за дистрибуция на игри Steam. Затова и очакванията от новото заглавие също са били високи от самото начало. Въпреки това никой не е бил подготвен за рекордния интерес още през първите 24 часа на кампанията за финансиране.

Подходът за финансиране на играта чрез сайт за споделяно финансиране е рисков и показва, че екипът зад проекта още в началото е бил уверен в качествата на своята игра. И изглежда са били прави – според все повече фенове и специалисти, в някои отношения заглавието не отстъпва по нищо на някои от

## водещите образци

в този гейм жанр. Phoenix Point представлява пълноценна



походова стратегия с добре развит сюжет и геймплей, а атмосферата е добре позната на гейм аудиторията от популярни заглавия, създадени от Джулиан Голъп преди повече от две десетилетия. Според самия него, Phoenix Point е своеобразен „духовен наследник на оригиналния X-COM“ – една от легендарните игри на британския гейм дизайнер.

След като българският екип, ръководен от световноизвестния създател на игри, вече е набрал необходимата му за разработката на заглавието сума, предстои той да се захване за работа. Очаква се също към проекта да бъдат привлечени и множество нови специалисти. Ако всичко върви по план, се очаква Phoenix Point да е на пазара в края на 2018 година. Но така или иначе, играта вече се превърна в поредното доказателство за таланта на българските програмисти и дизайнери. Във време, когато все повече водещи студия за видеоигри създават дъщерни компании за разработка у нас, а сред заглавията, разработени с участието на български специалисти, са дори проекти от ранга на Assassin's Creed.

# КИТАЙ СЪЗДАВА СОБСТВЕНА WIKIPEDIA

МОЖЕ ЛИ КОМУНИСТИЧЕСКАТА СТРАНА ДА КОНКУРИРА СВЕТОВНОТО ХРАНИЛИЩЕ НА ПОЗНАНИЕ И ТРЯБВА ЛИ ДА НИ ТРЕВОЖИ ТОВА

автор: **Александър Александров**

**Е**два ли днес има по-добър пример за възможностите на човешката цивилизация от онлайн енциклопедията Wikipedia.org. Със своите 5 396 433 статии по всевъзможни теми тя е уникално хранилище на познание, което обединява в себе си духа на Ренесанса и Просвещението с потенциала на информационните технологии. Сайтът е създаден през 2001 г. от американеца Джими Уейлс и към момента е петият най-популярен уебсайт в света с версии на десетки различни езици. Всеки ден към съдържанието в него се прибавят средно по 800 нови информационни единици.

Освен да допринесе за съхранението на световното познание и култура, Wikipedia има още един важен принос – сайтът доказва, че е възможно толкова мащабен проект да бъде създаден от общност, включваща хиляди независими автори и администратори, които не получават никакво заплащане за труда си. Именно този уникален модел е позволил създаването на толкова мащабен проект, включващ огромен брой авторско съдържание. За сравнение, всички останали най-популярни сайтове в света – Google, YouTube, Facebook, Vaidu и Yahoo – са базирани или на алгоритми, които извършват определени автоматизирани операции, или на съдържание, генерирано от потребителите (т.нар. UGC - user generated content).

Именно затова и мнозина бяха изненадани, когато наскоро Китай обяви, че възнамерява да създаде собствена

версия на Wikipedia, която дори да надмине по популярност сайта, основан от Джими Уейлс. Проектът се нарича

## Chinese Encyclopaedia

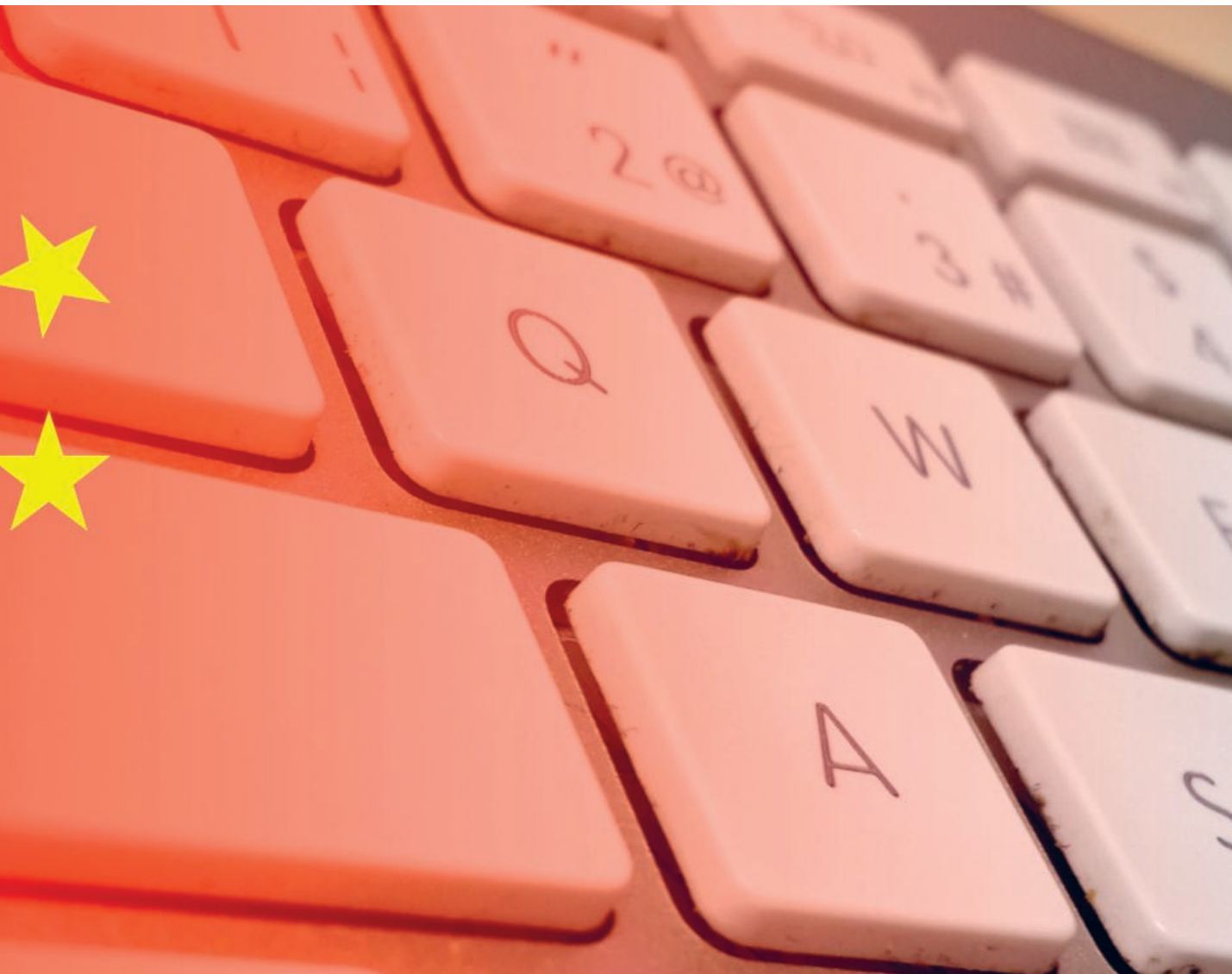
и по своята амбициозност изглежда не отстъпва на други мащабни китайски инициативи, като например прословутия транспортен коридор „Един пояс, един път“ или плановете за създаване от нищото на цял нов град в близост до Пекин, който да поеме част от наплива от жители, желаещи да заживеят в китайската столица.

Главният редактор на Chinese Encyclopaedia Ян Мужу вече обяви, че проектът няма да е просто една онлайн версия на хартиена енциклопедия, а по-скоро ще е своеобразен културен вариант на Великата китайска стена. И тези гръмки изказвания не са лишени от основания. Плановете са на първо време онлайн енциклопедията да включва около 300 хиляди единици информация, дълги по около 1000 думи. Първата версия на сайта ще бъде достъпна онлайн през 2018 година.

Амбициите на Пекин са очевидни. От екипа, стоящ зад Chinese Encyclopaedia, вече обявиха, че целта е ни повече ни по-малко надминаване по популярност на самата Wikipedia.

Дали страната може да постигне подобна цел обаче, е повече от спорно. В случая не става въпрос само за мащабите на американската виртуална енциклопедия. Ако някой





в днешния свят има капацитета да действа мащабно, то това е именно Китай със своето население от близо милиард и половина души, с втората икономика в света и с централизираното си управление. Китайското правителство вече е взело решение да ангажира 20 000 автори, които да създават съдържание в новата онлайн енциклопедия. Затова и макар проектът все още да е „джудже“ в сравнение със самата Wikipedia, едва ли някой се съмнява, че Поднебесната империя има потенциала да го развие.

### Къде е проблемът

Най-важната характеристика на Wikipedia не е обемът качени материали, а ценности като прозрачност, доверие и свободно споделяне на информация, с които онлайн потребителите свързват този безплатен уебсайт. Всъщност, именно Китай многократно се е озовавал от противоположната страна в битката за защита на тези ценности, което неведнъж е водило до ограничаване достъпа до Wikipedia от територията на страната.

И в това отношение азиатската държава далеч не е единствената. Редица тоталитарни правителства в различни краища на света са спирали достъпа до онлайн енциклопедията от своя територия заради съдържание, публикувано в нея. Един от най-актуалните примери за това е от миналия април, когато Турция блокира сайта, след като неговото ръководство отказа да премахне определени статии, неудобни за властта в южната ни съседка.

Действия, които през годините превърнаха Wikipedia в своеобразен стожер на свободата на словото и споделянето на информация. Именно като такъв я възприемат много от потребителите на портала и затова ще е изключително трудно именно Китай да създаде успешен конкурентен проект.

### От китайци за китайци

Това, което комунистическата страна може да постигне с новата онлайн енциклопедия, е да я използва за информационен контрол над китайските онлайн потребители, създавайки просто една локална версия на Wikipedia. Също както Baidu е най-големият местен конкурент на Google, Alibaba малко или много се развива като копие на Amazon, а Tencent е най-популярната местна социална мрежа и чат платформа. Дори и конкурирането само на местната версия на Wikipedia обаче няма да е лесна задача с нейните над 2 300 000 регистрирани потребители.

Ако проектът се развие в подобна посока, той може и да се превърне в ефективен инструмент за пропаганда на правителството в Пекин. Същевременно обаче ще допринесе още повече за вече започналото фрагментиране на интернет на регионален принцип. Днес уеб услуги като Baidu.com и Taobao.com са в десетката на най-посещаваните сайтове в света и в същото време мнозина в Европа и САЩ изобщо не са чували за тях. Ако този процес се задълбочи, много скоро ще получим няколко огледални версии на интернет и във всеки регион на света ще има различни версии на основните уеб услуги и платформи.

САМОТО ПОНЯТИЕ  
РОБОТ Е АРХАИЧНО  
ВЪВ ВРЕМЕ, КОГАТО  
ПОВЕЧЕТО УМНИ  
АСИСТЕНТИ  
„ЖИВЕЯТ“ В ОБЛАКА

.....



# ЗАЩО РОБОТИТЕ НИКОГА НЯМА ДА ПЛАЩАТ ДАНЪЦИ

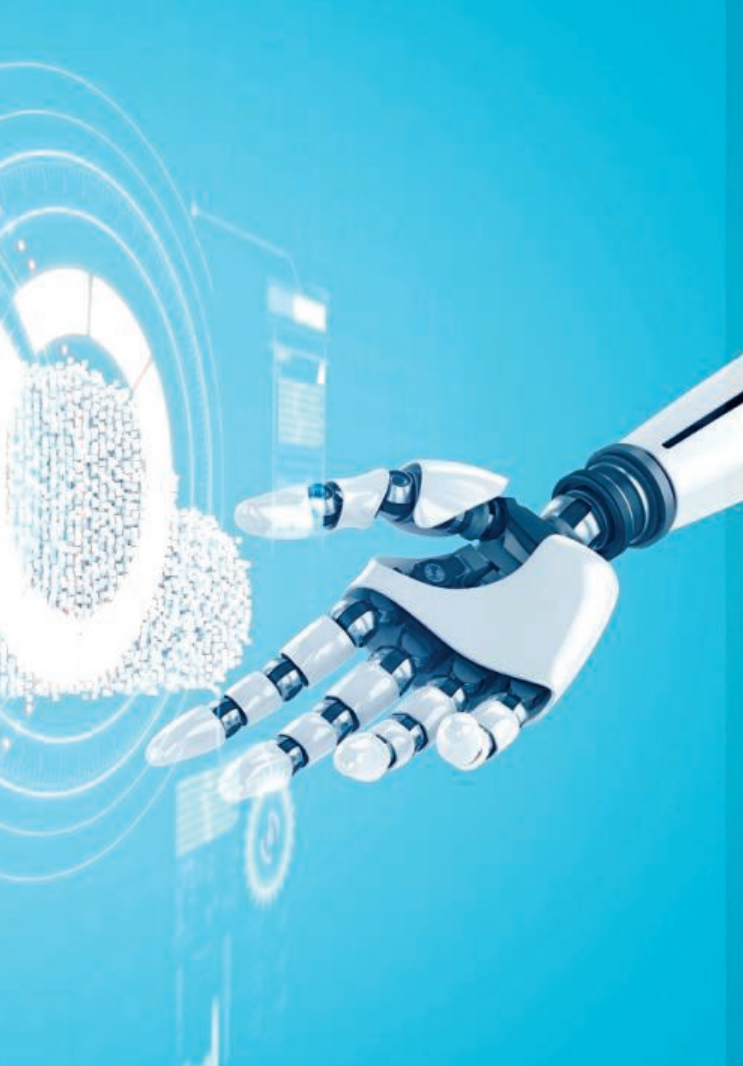
автор: **Александър Александров**

Още от зората на механизацията и след това с появата на първите роботи, машините винаги са предизвиквали у мнозина страхове, че ще отнемат работните места на хората. Дали тези страхове са основателни, е трудно да се каже. До този момент отговорът е по-скоро „не“. Десетилетията на индустриализация и автоматизация на производството са създали много повече работни места, отколкото са отнели. Днес обаче промените са много по-динамични и развитието на изкуствения интелект е много по-бързо и всеобхватно. Затова е трудно да се предвиди какъв ще е ефектът този път.

Сред браншовете, в които има реална вероятност машините да отнемат работни места, са транспортните услуги,

колцентър поддръжката, различни сфери на производството и много други. Високоинтелектуалните дейности също не са застраховани от конкуренцията на умните машини. Редица медии по света вече тестват използването на алгоритми за писане на новини, а дори специалистите, разработващи изкуствен интелект, откриха, че машините вече са по-добри в създаването на нови умни машини.

Според някои прогнози, само в САЩ се очаква роботите да премахнат 6% от всички работни места до 2021 година. Този път промяната просто се случва прекалено бързо и прекалено много хора ще бъдат засегнати. И появата на нови работни места в новозараждащи се индустрии като 3D принтирането, виртуалната реалност или нанотехнологиите едва ли ще може да компенсира ефекта от това.



Едно възможно решение на този проблем е въвеждане на безусловен базов доход, който да се предоставя на всички граждани, независимо дали работят или не. Позитивният ефект от този подход е доста спорен и освен това той би бил доста скъп. Едно оригинално предложение неотдавна дойде от основателя на Microsoft и най-богат човек на планетата Бил Гейтс. Според него в бъдеще роботите трябва да започнат да плащат данъци и средствата, събирани по този начин, да се използват за заплащането на безусловен базов доход или за компенсиране на хората, изгубили работата си.

Звучи като страхотна идея, само че не е. Основният проблем е, че такова нещо като роботи просто не съществува. Знаем какво си мислите: как да не съществува, ние всички сме ги виждали по телевизията и дори на живо. Да, действително днес можем да видим някои доста симпатични антропоморфни машинки, които дори могат да танцуват, да разговарят с нас или да извършват други прости задачи. Аз самият неотдавна проведох доста забавен разговор с робот на щанда на японската компания SoftBank по време на тазгодишния Световен мобилен конгрес в Барселона.

Да, тези малки симпатяги със сигурност ще продължат да са наоколо. Но роботите от научнофантастичните филми, които могат да говорят пълноценно с нас, да взимат самостоятелни решения и евентуално - дори да ни завладеят, тях никога няма да ги има. Тук аз не залагам срещу поумняването на машините. Всъщност с голяма вероятност допускам, че изкуственият интелект ще се развие много скоро и ще промени изцяло живота ни. Ангажирането на гиганти като Google, Apple, IBM и визионери като Илън Мъск прави много вероятна появата на множество различни умни системи, които да ни помагат в нашето ежедневие. И някои от тях може би дори ще се осъзнаят. Тези

системи обаче няма никога да бъдат затворени в антропоморфни механични тела, които сме свикнали да наричаме работи.

„Робот“ е архаично понятие, което е създадено от Карел Чапек в далечната 1920 година. Само си помислете – това е време, в което човечеството все още не е познавало гражданското въздухоплаване, Алън Тюринг не е създал принципите на работа на съвременните компютри, а Айнщайн едва преди година е публикувал своята Обща теория на относителността. Времената са били различни и концепцията за умна машина, затворена в механично тяло, е имала своя чар.

Днес самата идея за робот, макар и забавна, просто е безсмислена. Може и да сте свикнали с нея, тъй като тя ни съпътства от десетилетия в литературата и киното, но така или иначе ще става все по-неприложима в бъдеще. Причината е, че човечеството измисли „облака“ преди изкуствения интелект.

За незапознатите, концепцията за „облак“ (cloud) представлява използването на различни цифрови услуги, приложения и съдържание на отдалечен сървър, вместо локално на собственото ни устройство. По този начин работят повечето електронни пощи, социалните мрежи, услугите за видео хостинг и какво ли още не. Именно на същия принцип функционират и първите наченки на програми с изкуствен интелект като гласовия асистент Siri на Apple или Cortana на Microsoft. Те са и много показателен пример за начина, по който ще се развива изкуственият интелект в близко бъдеще - като алгоритми, „разтворени в облака“ и достъпни през смартфони, планшети или други устройства, през които имаме нужда от тях.

Помислете си, ако човечеството някога създаде истински самоосъзнат изкуствен интелект, той би ли бил заинтересуван да е ограничен в механична черупка, наречена робот? А вие самите бихте ли искали, ако сте на негово място? Едва ли. Така че, когато един робот отнеме работното място на човек, това няма да бъде Си Три Пи О от „Междузвездни войни“ или Терминаторът от едноименната холивудска поредица. Той изобщо няма да е антропоморфна машина с крака, ръце и всичко останало, а ще представлява алгоритъм, намиращ се някъде в „облака“, чиято интелектуална собственост ще е притежание на някоя корпорация. Последната от своя страна трудно ще може да бъде принудена да плаща данъци заради това, че въвежда нови технологии и оптимизира бизнес процесите си чрез иновации.

Няма да има самоличност, срещу която уволненият работник да недоволства и която да бъде натоварена с данъчни задължения. Просто не това е начинът, по който умните машини ще навлязат в живота ни. Те няма да се обособят като личности и след това да ни отнемат работните места. Напротив - те първо ще ни вземат работата и едва на по-късен етап някои от тях (евентуално) биха могли да се осъзнаят. За това и на този етап идеята да изискваме от роботите да плащат данъци заради работата, която извършват, е дори по-малко приложима от тази данъчните да събират налози от конете, които теглят каруци, или примерно от кучетата, които изкарват прехраната си като пазят домове и стопански постройки.

# И КИТАЙ РАЗВИВА ЧАСТНА КОСМИЧЕСКА ИНИЦИАТИВА



ОТВОР: Владимир Митев

**В**ече няколко години американските медии не спират да говорят ласкаво за успехите на частни космически компании като SpaceX и Blue Origin. През декември 2010 г. капсулата Dragon на SpaceX стана първият частен космически кораб, който достигна до околоземна орбита и после кацна успешно на Земята. През 2015 г. Blue Origin и SpaceX поотделно изстреляха своя ракета – съответно New Shepard и Falcon 9, а след като тя достигна Космоса, успяха и да я приземят вертикално на Земята.

Успехи имат и частните космически полети в ЕС. През 2014 г. базиращият в Люксембург LuxSpace изведе с помощта на китайска изследователска мисия Manfred Memorial Moon Mission (4M) - първия в света частен полезен товар, достигнал до Луната.

Оттук нататък все по-често и повече ще се говори и за китайските частни космически компании.

„Въпреки че китайските космически власти обявиха публично амбициите на страната да стане значима космическа сила до началото на 30-те години на XXI век, правителство-

то на Си Цзинпин вече обмисля и начини да насочи финансиране към китайски технологични компании, така че да постигне пробив в области като роботика, космос, изкуствен интелект, анализ на големи масиви данни и други съвременни технологии“, разказва американската финансова телевизия CNBC в свой анализ от март 2017 г., озаглавен „Тайният план на Китай за разгром над SpaceX и над американската космическа програма“.

Китайската космическа програма действително показва нарастващи успехи. През 2016 г. Китай за първи път е изстрелял повече ракети от Русия. Със своите 22 изстрелвания той се равнява с постижението на САЩ. Една от тези китайски ракети извежда в Космоса екипаж от тайконавти (космонавти) на борда на кораба „Шънджоу 11“, които се скачват с временната космическа станция „Тиенгун-2“. Нейното съществуване е стъпка към изграждането на по-голяма и постоянна китайска космическа станция в началото на 20-те години на XXI век.

Част от китайското овладяване на Космоса са и частните космически компании. Това са фирми, които са се зародили от симбиозата на университетско ноу-хау и капиталите на



## АМЕРИКАНСКИТЕ SPACEX И BLUE ORIGIN МОЖЕ СКОРО ДА СЕ СДОБИЯТ С МОГЪЦИ КОНКУРЕНТИ ОТ АЗИЯ

Ракетата  
„Куайджо“  
на ExSpace

хедж фондовете.

Една от тези компании е ExSpace. Тя е основана през февруари 2016 г. в индустриалния парк на град Вухан. Нейната ракета носител „Куайджо“ е базирана на ракетата, с която Китай успешно тества унищожаване на сателит в Космоса. Ракетата е способна да изведе полезен товар с полезно тегло 1,5 тона на ниска околоземна орбита. Компанията се цели в пазара за изстрелване на малки сателити на местни и чуждестранни фирми.

Друга китайска частна компания развива технология за космически туризъм. Kuang Chi Group иска да предложи 3-часово пътешествие с балон, достигащ голяма височина в атмосферата, по време на което туристите стоят в специална кабина, прикрепена към въздушния кораб. Компанията се опитва да оползотвори инвестиция от 1,5 млрд. долара.

Според списание Popular Science технологиите, които Kuang Chi Group развива, могат да имат и „по-сериозни приложения“. Например балони на голяма височина могат да помагат с наблюдение от високо при природни бедствия, могат да съдействат на противовъздушната отбрана или да станат комуникационни възли, в случай че сателитните мрежи за комуникация се сблъскат с проблеми.

„Подобни компании не са точно SpaceX или Blue Origin. Въпреки че юридически те са търговски start-up фирми, техните връзки с китайското правителство са съществени“, пише CNBC. Телевизията подчертава, че ракетата „Куайджо“ на ExSpace е базирана на китайската държавна технология за унищожаване на сателити. Ракетата на друга частна космическа компания – Landspace, на свой ред е базирана на ракетата Long March 11. Трета компания от този тип – One Space, по информация на CNBC е основана с финансиране от Националното бюро за индустрия и наука в областта на отбраната.

Тези обяснения позволяват към списъка с частни китайски космически компании да се нареди и „Китайската академия за технологии по изстрелване на ракети“ (CALT), която според Popular Science се помещава в територията между държавния и частния сектор. Изследователската институция разкри през есента на 2016 г. на Международния космонавтичен конгрес в Гуадалахара, Мексико, планове за създаването на два космически самолета. Единият е по-малък и може да транспортира четири души със скорост 6 маха (7350 км/ч) до височина 100 km. Вторият е по-голям вариант на първия. Той има място за 20 пътника и може да достигне скорост от 8 маха (9800 км/ч), като набере височина 130 km над земната повърхност. Любопитно е, че двата

самолета на CALT имат двигатели, работещи с течен кислород и течен метан – също като двигателите SpaceX Raptor и Blue Origin BE-4. CALT възнамерява всеки от самолетите да има живот от 50 полета, преди да мине основен ремонт.

Китайската космическа индустрия, разбира се, е още в началото и по-скоро има добри намерения, отколкото реализации. Но започвайки с изстрелването на малки сателити, ползвайки финансови и интелектуални ресурси, които фондовете и държавата имат в изобилие, тя ще се развива и ще заема все по-важна част от националния и от световния пазар на космическите услуги.

One Space крои планове за собствен пилотиран космически кораб. Landspace иска да се превърне в силен конкурент на SpaceX, Blue Origin или Arianespace с помощта на своя мощна ракета с течно гориво. Всъщност Landspace вече постигна пробив, след като в началото на 2017 г. подписа първия за китайската частна космическа индустрия договор с чуждестранна компания. Китайската фирма ще изстреля миниатюрен сателит на датски разработчик с тегло 3 кг. Спътникът ще наблюдава земната повърхност и ще има комуникационни функции.

Зад китайското насърчаване на частните космически компании стои желанието за пренасочване на повече капитали и за развиване на конкурентен бизнес в сферата на високите технологии. Китай е страна с 43 стартап компании с капитализация над 1 млрд. долара. Президентът Си се надява информационните технологии да бъдат двигател за растеж на националната икономика. А космическите технологии са една от териториите, на които световните колоси тепърва ще се конкурират.

Китай има големи амбиции за овладяването на Космоса и те съответстват на нарастващата му икономическа тежест на Земята. През май 2016 г. лейтенант Дзън Юлин – заместник-командир на програмата за пилотирани космически полети, обяви, че Китай ще изпрати човек на Луната през следващите 15-20 години. Китайските власти вече са заявили и планове за изпращане на роботизирана мисия на Марс през 2020 г., съставена от орбитален кораб, кораб за кацане и марсоход. Пекин възнамерява до 2030 г. да върне на Земята късчета марсианска почва.

Подобни мащабни начинания сигурно ще бъдат реализирани с ръководната роля на държавата. Но междувременно Китай може да се превърне ударно и в сила при частните космически полети. Западът и най-вече Щатите ще е необходимо да вземат нужните мерки, за да не се окажат изпреварени в собствената си игра – частното космическо предприемачество.



# ИМА ЛИ ЖИВОТ СЛЕД ЛЕДА

автор: **Александър Александров**

**В**случай, че не знаете, днес съществуват компании, които предлагат на своите клиенти възможността телата им да бъдат замразени до  $-196$  градуса по Целзий. Процес, при който кръвта се извежда от тялото и се заменя с други флуиди, по-устойчиви на ниски температури. След това телата се съхраняват в специални хранилища, където съответната компания се ангажира да ги пази десетилетия, а ако е необходимо – и столетия наред. А някои т.нар. клиенти, които нямат средства за замразяване на цялото си тяло, закупуват само услугата „замразяване на глава“. Други вледеняват своите загинали домашни любимци. Всичко това, разбира се, се прави след смъртта на съответния човек или животно, а ако се чудите какъв е смисълът от подобна процедура – той е в обещанието за вечен живот. Добре дошли в

## СТРАННИЯ СВЯТ НА КРИОНИКАТА

концепция, според която замразяването на човешко или животинско тяло може да го запази за времената, в които човечеството може би ще има достатъчно познания и необходимата технология да го съживи. Особен акцент се поставя върху мозъка, който се счита за хранилище на нашите спомени, мисли и истинската ни същност. Идеята е, че ниските температури запазват тялото и то може евенту-

ално да бъде „съживено“ след време. С всичките условности на това обещание.

Криониката е неизменна част от научнофантастичната литература и кино, където с нея е свързано изпращането на хора до други звездни системи или просто – тяхното съхраняване за бъдещето. Тя обаче далеч не е само фантастика и днес десетки компании в САЩ и Русия предлагат замразяване на своите клиенти.

Криониката се заражда като идея в художествената литература още през 20-те години на миналия век. Първите сериозни изследвания в тази посока обаче са публикувани през 60-те години на века, а за основоположник на тази псевдонаучна дисциплина се сочи Ивън Купър. През 1964 г. той създава т.нар. Общество за удължаване на живота и публикува книгата „Безсмъртието: Физическо, Научно, Сега“. Усилията му са насочени към популяризирането на замразяването на хора с цел тяхното бъдещо съживяване, а от дейността му е заинтересуван дори доайенът на научната фантастика Айзък Азимов. Три години след създаването на организацията е замразен и първият „пациент“ - американският гражданин Джеймс Бедфорд.



## ЕКЗОТИЧНИ КОМПАНИИ ВЕЧЕ ПРЕДЛАГАТ ОБЕЩАНИЕ ЗА ВЕЧЕН ЖИВОТ ЧРЕЗ ЗАМРАЗЯВАНЕ НА СВОИТЕ КЛИЕНТИ И СЪХРАНЯВАНЕТО НА ТЕЛАТА ИМ ЗА ВРЕМЕ, КОГАТО МЕДИЦИНАТА ЩЕ БЪДЕ ПО-РАЗВИТА

През следващото десетилетие популярността на криониката се увеличава осезаемо, но не непременно в положителна светлина. По това време се води и първото дело от близки на хора, замразени от Калифорнийското общество по крионика. Причината – то остава без средства и прекратява поддръжката на девет замразени тела. Дело, което насочва вниманието и към още един потенциален проблем, свързан с тази екзотична и доста оспорвана практика – дори да допуснем, че в съхраняването на телата при минусови температури има смисъл и те биха могли да бъдат съживени в бъдеще, можем ли да разчитаме, че компаниите, предлагащи услугата, ще просъществуват толкова дълго. За да могат да поддържат необходимите условия за съхранение на своите „клиенти“ в продължение на десетилетия, те ще се нуждаят от сериозни финансови средства и съответно – ще трябва да имат перфектна инвестиционна политика. И освен всичко останало – да избягват всевъзможни икономически кризи и други сътресения. А ако една от първите организации за крионика е фалирала едва броени години след създаването си, как бихме могли да сме сигурни, че останалите ще имат капацитета да просъществуват десетилетия или може би дори век.

### Не точно наука

Финансовата устойчивост на компаниите в този футуристичен сегмент обаче е най-малкият проблем. По-същественото е, че те на практика не дават на клиентите си абсолютно никакви обещания, че някога последните ще бъдат съживени. Просто защото все още никой не е доказал, че това е възможно дори и само на теория. Истината е, че днес, когато дори създаването на машина на времето е поне теоретично допустимо, всички предположения, че човечеството някога ще може да размрази дълбоко замразени тела и да ги върне към живот, са само спекулации без никаква научна основа. Всъщност, редица учени вече са се изказвали скептично по въпроса.

### Въпросителните са безброй

Как би реагирало тялото, когато бъде размразено. Как би могъл да бъде „рестартиран“ мозъкът? Възможно ли е просто да се стимулира с електрошок и всички неврони в него отново да започнат да си обменят електрически импулси, представляващи нашите мисли? А ще бъдат ли съхранени самите мисли и спомени? Изобщо ще бъде ли това същата личност, или просто ще има вида на човека, който е бил замразен някога и някакво подобие на неговите мисли, но ще е просто биологичен робот?

### Моралните въпроси

са дори повече от медицинските. Като започнем от това

какво представлява човешката душа, съществува ли тя изобщо, и ако да – дали би могла да бъде възстановена по подобен начин. И ако в крайна сметка се окаже възможно, добра идея ли е да го правим и няма ли безсмъртието да ни донесе повече проблеми, отколкото ползи. Представителите на основните религии до момента не са правили сериозни изявления по въпроса, което вероятно се дължи единствено на относителната неизвестност на криониката. Там, където науката и религията отстъпват обаче,

### бизнесът печели позиции

Неотдавна в Тексас, САЩ, започна изграждането на огромен нов комплекс за крионика, който се очаква да има



Камерите на Института по крионика в Мичиган, САЩ

капацитет от 50 000 замразени тела. Тази бройка е впечатляваща, като имаме предвид, че до момента общият брой на „клиентите“ на различни крионични центрове е общо близо 250 души. Освен САЩ този тип услуги се предлагат и в Русия. Тамашната компания КривоРус разполага с хранилище в близост до Москва и предлага на богати руснаци замразяване на техните тела или само на мозъците им.

Към момента замразяването на едно човешко тяло може да бъде извършено само след обявяването на смъртта. В противен случай процедурата се счита за убийство. При това то трябва да се осъществи относително скоро след смъртта, за да бъде запазено тялото. Затова и клиентите, сключили договор с компании от бранша, прекарват живота си в близост до центрове по крионика и избягват да пътуват много. Те ограничават също самолетните полети и шофирането, за да се предпазят от катастрофи. Можем само да гадаем дали някога всички тези усилия и ограничения наистина ще си струват.



# ВЪЗХОДЪТ НА ГРАДСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ

автор: Владимир Митев

**П**рез 2050 г. 70% от световното население ще живее в градове, твърди Population Reference Bureau – базирана във Вашингтон неправителствена организация, изследваща демографията. Тенденцията за пренаселване на градовете не е нова, но тя радикализира проблеми като жилища, лично пространство, инфраструктура, изхранване и т.н. Днес най-гъстонаселеният град в света е филипинската столица Манила, където 107 000 души живеят на един кв.км. При положение че населението на Земята продължава да расте, гъстотата на градовете тепърва ще се увеличава (в Ню Йорк тя е 27 000 души на кв.км). Тези демографски промени ще повлияят на различни сфери и една от тях е земеделието. Все повече ще се развива отглеждането на агрокултури в градски условия.

„До момента вертикалните ферми (при

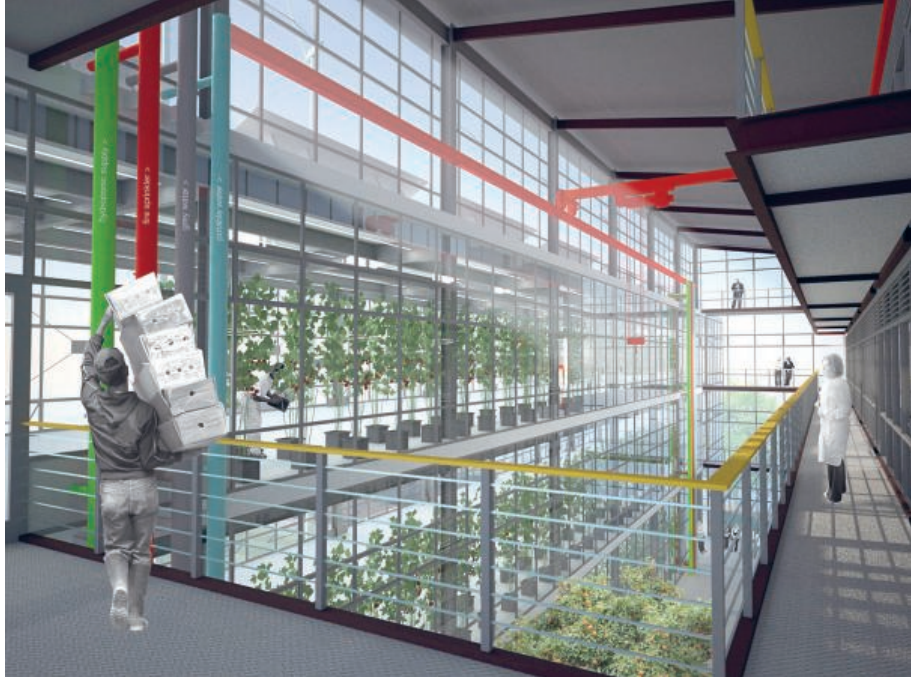
: ВЕРТИКАЛНИ ФЕРМИ,  
 : ГРАДИНИ НА БАЛКОНА  
 : И ИНИЦИАТИВИ С  
 : ОТВОРЕН КОД ОБЕЩАВАТ  
 : СВЕТЛО БЪДЕЩЕ ЗА  
 : АГРОПРОИЗВОДСТВОТО



В тази градина на покрива на младежки център в Чикаго само за година децата са отгледали близо половин тон зеленчуци

Фото American Society of Landscape Architects

Проект на фермата в Нюарк



които растения се отглеждат на различни нива в затворени помещения в сгради – бел.ред.) бяха по-успешни в привличането на медийно внимание, отколкото в отглеждането на храна, ала това е на път да се промени. Доскоро единствените действащи вертикални ферми бяха с малък мащаб в лабораторни условия. Но през 2017 г. изглежда достигаме до нов етап в сферата, като за първи път се реализират мащабни търговски начинания от този тип“, разказва холандецът Роджер ван Рои в своя статия от април т.г. на сайта Clean Technica.

В Дронтен, Холандия, вече действа вертикална ферма, произвеждаща маруля за една от най-големите вериги от супермаркети в Европа. Растението получава светлина чрез светодиодни лампи на Philips. В отглеждането не се ползват пестициди. То става в закрити условия, като там отсъстват насекоми или други вредители, които иначе биха могли да намалят добивите. Друго предимство на прилагания подход е, че храната се отглежда в града, което намалява транспортните разходи. А загрижените за околната среда виждат в това полза и за предприемачите, и за природата, тъй като се отделят по-малко парникови емисии при транспорта.

Има и други проекти за вертикални ферми. В Нюарк, щата Ню Джърси, в момента се изгражда най-голямата вертикална ферма в света, която очаква да прибира реколта в размер до 2,34 млн. евро годишно.

В Шанхай се планира изграждането на вертикална ферма с обща площ 1 кв.км. Строежът

й ще започне през 2018 г. Зоната ще включва нови обществени площи, паркове, жилища, магазини, парници и научен музей. Някои от растенията ще бъдат отглеждани с хидропоника в закрити пространства, т.е. ще им бъдат доставяни нужните хранителни вещества чрез вода, а не чрез почва. Новият „зеделски“ район на Шанхай ще съдържа и „библиотека“ за семена. Целта е в квартала да бъдат привлечени и инвеститори в областта на биоинженерството и биофармацевтиката, които да изградят изследователски центрове съвместно с вертикалните ферми и парници.

Възходът на вертикалните ферми е насърчаван от търсенето на органична и незамърсена с пестициди храна и от технологичния напредък, довел до намаляване на потреблението на електричество от светодиодните лампи, които са необходими за отглеждане в закрити помещения. Според доклад на компанията за маркетингови проучвания PS Market Research пазарът на храни, отгледани във вертикални ферми, ще даде 6,4 млрд. долара общи приходи през 2023 г.

Хидропониката, технологията, на която се базира вертикалните ферми, е създадена в навечерието на Втората световна война. Тя периодично е надграждана през десетилетията например с въвеждането на пластмасовите материали през 70-те години, с все по-достъпните цени на соларните панели и с технологиите за обработване на големи масиви данни от последните години.

Но отглеждането на растения в закрити помещения може да се проследи назад до 600-500 г. пр. н.е. Прочутите Висящи градини на Вавилон с техните терасовидно засадени площи също са в някакъв смисъл предвестник на градското земеделие. Първата оранжерия се появява в Падуа през XVI век, а първият тър-



говски парник датира от 1820 г.

Днес градското земеделие има много разнообразни форми, които провокират и цели движения в Щатите и по света в негова подкрепа.

Брита Райли е художник и технолог от Ню Йорк, собственик на компанията Windowfarm, която прави хидропонни платформи за отглеждане на зеленчуци на прозорците по домовете. Тези системи са проектирани с помощта на над 1800 ентузиазирани сътрудници от всички краища на света, които са създали помежду си своеобразна земеделска система с отворен код. Участниците в общността обменят технологии, опит и идеи извън познатите пазарни отношения, при които се плаща не само за даден продукт и изработката му, но и за съответните интелектуални права върху определено ноу-хау.

Windowfarm прекрати дейността си заради дългове в края на 2016 г. Компанията бе критикувана, че независимо от лиценза Creative Commons за своите продукти, тя извършва търговска дейност, като ги продава. Независимо от това по време на съществуването си дружеството подхождаше иновативно по въпросите на земеделието в града и успя да изведе собственичката си до TED реч.

Радостта от това да си градски фермер е неочаквано достъпна за всеки у нас и по света. Друга територия, където градското земеделие може да процъфтява, са балконите. Средствата за отглеждане на култури надхвърлят традиционните саксии и сандъчета. Към тях се добавят цилиндрични или пирамидални градински кули, градински стени с различна форма. Има техники за капилярно „самополиване“ на растенията, при което човек само трябва да зареди вода в резервоар с вода от няколко литра и после да остави тя да се стича равномерно към растението в продължение на дни.

Вертикалната ферма за марули в Дронтен, Холандия



Фото Philips

Достъпни са и средства за точно измерване на параметрите на средата – например киселинност, влага, температура.

Хидропониката може да звучи атрактивно за ентузиастите да са градски фермери, но тя е ефективна само при температури до 40 градуса, така че използването ѝ на открито в България през лятото няма да даде резултат. Успехът с този метод е постижим, ако средата, в която растението е отглеждано, е строго контролирана.

Градското земеделие може да се превърне в удоволствие, но преди да се пристъпи към него, е необходимо внимателно проучване от какви условия имат нужда растенията, които човек иска да отглежда. Трябва например да са разположени в подходящ съд с почва, който да не задушавя кореновата им система. Някои имат нужда от много светлина, а други предпочитат сянката. И т.н.

Правителствата на съвременните индустриални държави очевидно осъзнават потенциала, който градското земеделие може да предложи. През 2013 г. американското министерство на земеделието е предоставило 23 000 кредита в размер до 50 000 долара (общо 518 млн. долара) на градски фермери. 70% от заемите са били дадени за започване на нов бизнес, а останалата част са служили за дофинансиране, предава сайтът Aggeek.

През 2016 г. за първи път девет млади фермери, които участват в бизнес инкубатора за вертикални ферми Square Roots, са получили финансиране от правителството в щата Ню Йорк. Те отглеждат посеви в контейнери при контролиран климат и светодиодно осветление. Младите фермери използват получените кредити, за да покриват разходите си за семена и работа до първата реколта. През 2016 г. американското министерство на земеделието дори публикува Urban Agriculture Toolkit – наръчник как човек да започне свой бизнес с ферма в закрито помещение и как да получи заем за това.

Градското земеделие може да изглежда проста работа, но със сигурност не е за некомпетентни хора. То обаче е още едно от знанията, които ще стават все по-актуални с ръста на световното градско население. Ще има ли възход на градските фермери и у нас?





# БИОГОРИВАТА ОТНОВО НА ДНЕВЕН РЕД

автор: Светослав БЕНЧЕВ, експерт от Българската петролна и газова асоциация

**З**а известен период от време биогоривата не бяха център на вниманието в транспортния сектор. Маркар че петролният бранш продължава да не бъде съгласен с абсолютно задължителното смесване на конвенционални горива с биодобавки, то той изпълнява това изискване. Сравнително по-ниските цени на суровините за производство на биогорива също допринесоха за благоприятното развитие, тъй като не доведоха до поскъпване на крайния продукт. И когато нещата изглеждаха балансирани и пазарът се приспособи до известна степен с регулацията, нови правила се появиха от Брюксел. Какво представляват те накратко.

На първо място се препотвърждава задължението за държавите членки на ЕС 10% от общото потребление на горива в транспорта до 2020 г. да бъде осигурено чрез биогорива.

Нововъведението се състои във факта, че само 7% могат да бъдат горива от първо поколение, т.е. произведени от суровини, които могат да се използват и в хранителната индустрия – рапица, колца и др. Останалите 3% следва да бъдат рафинирани от продукти, които не се използват за прехрана. Това са предимно отпадни продукти, например използвана мазнина от хранителната индустрия и др., т.нар. биогорива второ поколение. В допълнение европейският текст поставя и референтна стойност от 0.5% от общото енергийно потребление, което следва да бъде използвано от ултрамодерни биогорива, произведени от слама, водорасли, отпадъчни продукти от бита и др. Тези изменения отново поставят условията за проблеми на пазара на горива, които варират от възможно увеличение на цените до просто неизпълнение на задълженията от страна на задължените лица, а оттам и на държавите членки на ЕС.



Нека припомним, че една от основните цели на въвеждането на биогорива в транспорта бе намаляване на зависимостта на съюза от суровия петрол, както и използването на повече възобновяем ресурс за сметка на ограничените и изчерпаеми конвенционални енергийни източници – нефт и природен газ. Когато това на практика започва да се случва с някакъв успех и производството на биогорива нараства, от Европейската комисия се досетиха, че това може да създаде известни проблеми, тъй като суровината за производството им може да се използва и за храна, а също така и би отнела земеделски земи, които биха се използвали за други нужди, или пък води до разчистване на нови територии за земеделие за сметка на дивата природа. Това е особено вярно за страните от Латинска Америка, производителки на сериозни количества. Поради тази причина Комисията въведе критерии за устойчивост на биогоривата, съобразени с промените при смяна на земеползването, които да ограничат страничните ефекти. Това явно не се видя достатъчно на администрацията в Брюксел и бе прието да се ограничи и производството на биогорива първо поколение, за което вече стана дума.

Странната политика на Комисията може да се обясни предимно с липсата на силен център, който е способен

да взема сериозни решения. Това води до залюлявания между различни лобита – на земеделските производители, екологични организации, както и натиск от някои държави членки, инвестиращи в нови технологии. По този начин основните цели остават на заден план, а именно - търси ли се намаляване на зависимостта от вноса на суров нефт на всяка цена, или приоритетите са екологичните политики. Ако обаче това е така, защо въобще бе прието изискването за 10% възобновяеми горива в транспорта? Още при приемането на този текст имаше изследвания, които показваха, че вредните емисии при производство на биогорива ще са значителни и едва ли ще доведат до сериозното им намаляване в транспортния сектор. Да не споменаваме въобще историята със субсидирането „беземисионните“ електромобили, чийто „карбонов отпечатък“ изглежда по-значителен от конвенционалните автомобили, но това е друга тема.

### Практическите проблеми

Инсталациите за производство на ултрамодерни биокомпоненти изискват инвестиции от около 100 млн. евро, като техният рандеман при настоящите технологии е между 5-9%. Единствената подобна „рафинерия“ в Южна Европа е в Италия, като тя произвежда количества, които дори не могат да стигнат за италианския пазар. В Източна Европа заводи почти няма, с изключение на една малка експериментална инсталация за биодизел в България, способна да произведе едва няколкостотин тона годишно при необходимост от десетки хиляди, за да се изпълни цел от 0,5%. Съответно, липсват и количества от подобни ултрамодерни биогорива. Цената на наличните количества дори няма смисъл да бъде обсъждана. Тя е в пъти повече от конвенционалните горива. Не на последно място, контрол върху реалното използване и смесване на този тип биогорива е невъзможен. Те по принцип трябва да отговарят на същите качествени изисквания като тези от първо поколение. В този смисъл, към момента е почти невъзможно да се определи какво точно е смесено в бензина и дизела – биокомпонент от рапица или от водорасло. Практически контролът може да бъде единствено документален, което ще е допълнително административно натоварване, без реален практически смисъл.

Остава и въпросът какво ще се случи оттук насетне. Продължаването на политиката за увеличаване на дела на биокомпоненти, произведени от продукти, негодни за консумация, поне за момента ще доведе до сериозно оскъпяване на горивата, а оттам и на всички продукти. Това отново ще намали конкурентоспособността на европейската икономика без реални екологични ефекти, тъй като намаляването на емисиите CO<sup>2</sup> глобално ще остане без съществена промяна, ако в него не се включат голяма част от останалите световни икономически сили. Засега предложенията за политика по въпроса до 2030 г. все още се обсъждат и би било добре националната ни администрация да бъде активна, за да не се получи отново сериозен проблем в близкото бъдеще.

Във всички случаи едно е ясно: както обикновено в Европа регулативната непазарна промяна следва да се заплати от някого. Кой е по-подходящ от крайния потребител? ■



# БЪЛГАРСКИ ПРОДУКТИ ПОД КИПЪРСКИ БРАНД

автор: Бранислава Бобанац, Кипър

**В**est Brand е името, с което български стоки, производство на известни наши фирми, ще се появяват на пазара в Кипър в близките 2-3 месеца. Ребрандирането им е под собствената марка на една от водещите местни /без чуждестранно участие/ търговски вериги – „Супермаркети MAS“ („MAS supermarkets“), която в края на април официално чества своята 20-годишнина. Юбилеят бе не само традиционно отчитане на успехите, а и хвърляне на ново предизвикателство към кипърския бизнес с обявената промяна във фирмената философия и структура. От месец май търговската верига, създадена като първата в Кипър асоциация на собственици на супермаркети и малки магазини, които са акционери в нея, става франчайзодател.

„Нашата цел е да защитим малкия бизнес в търговията в Кипър, който в сегашната икономическа ситуация е изправен пред много предизвикателства. Много трудно е отделните, единични магазини да издържат на силната конкуренция на големите играчи в ритейл сектора и да оцелеят. Единственият начин това да стане е дребните собственици

да се консолидират в по-голяма организация – „чадър“, която да ги подкрепя. Ние искаме да обединим много от тези малки магазини, за да им помогнем да се развият, да станат по-силни и икономически жизнеспособни. С преминаването към франчайз надграждаме досегашния си модел и даваме възможност на повече малки бизнеси да се включат“, коментира за списание „Икономика“ политиката за пазарна инвазия на „Супермаркети MAS“ техният генерален мениджър Томи Пападопулос.

## От собственици акционери към франчайз

„MAS“ е интересен бизнес модел в условията на Кипър – страна, чиято икономика се доминира почти изцяло от малките и средните компании. Обединението на малки търговски фирми, много от които семейно притежание, на принципа на акционерното участие отличава веригата от всички останали търговски вериги на острова. Асоциацията не е просто сдружение на техните собственици, а действателна икономическа структура. Обектите с логото на MAS не са само нейни клонове, каквито разкрива всяка търговска





Кипърската верига обединява от малки квартални магазинчета до големи търговски обекти

верига, а автономни магазини, чиито собственици са акционери в компанията „майка“.

Първоначално асоциацията е създадена с 6 супермаркета. Днес логото на „MAS“ е върху фасадите на 35 магазина – от малки семейни квартални бакалии до големи търговски обекти. Веригата разполага и с централизиранни складове с вътрешни мрежи за дистрибуция. С оборот от почти 80 млн. евро тя заема шесто място по продажби на вътрешния пазар.

Най-големият „плюс“ на обединението е, че осигурява на своите членове централизирано снабдяване, внос и доставки, както и централизиранни служби за извършване на плащания. Тази практика, освен че намалява разходите на всеки от дребните собственици за управление, допринася за основното предимство на „MAS“. Общото договаряне и зареждане дава възможност нейните супермаркети да предлагат стоки на ниски, конкурентни цени и да удържат на натиска на големите играчи на пазара, което всеки малък магазин поотделно не може да направи.

## УСПЕШЕН ОПИТ В ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО: КАК ВЕРИГА СУПЕРМАРКЕТИ ПРАВИ МАЛКИЯ БИЗНЕС КОНКУРЕНТО- СПОСОБЕН

Сега веригата започва нов етап в пазарното си присъствие, като промяната е отново с цел да облекчи дребния бизнес. „Разширяването ни чрез досегашната система на акционерно участие означава, че собственикът на магазин, който иска да се присъедини, трябва да стане наш акционер. Това изисква от него по-значителна инвестиция, която не всеки търговец може да вложи. Със системата на франчайз кандидатите ще могат да станат франчайзополучатели и част от голямата организация само плащайки малка встъпителна вноска и разумна годишна процентна такса. Смятаме, че

по този начин ще заинтересуваме по-лесно съществуващи или нови магазини за обединение“, защити решението Томи Пападопулос.

В момента повечето търговски обекти на „MAS“ се намират в столицата Никозия и източния район на острова, затова при планираното разширение чрез франчайз с „предимство“ ще се ползват кандидати от южната и западната част на страната. За да получат право върху марката на „MAS“, собствениците на магазини трябва да разполагат с площ от 100 до 1200 кв. метра.

Според генералния мениджър всеки малък бизнес, който се включи, ще има големи ползи от услугите, които компанията „MAS“ ще предлага като част от нейното ноу-хау. Дребните собственици ще пестят време и финанси от централизирането на основните процеси, сред които са общ маркетинг, счетоводство, контакти с доставчиците, помощ в мениджмънта на всеки магазин, единна организация на категориите продукти в магазините, обща реклама, обща ценова политика, включително специал-

ните промоционални оферти.

Сред най-силните предимства е и че новата система ще даде възможност на малките магазини да предлагат стоки със собствения бранд на веригата, утвърден вече сред кипърските потребители, което ще повиши тяхната конкурентоспособност.

## Конкуренцията на собствените марки

Две марки са „лицето“ на кипърската верига. Тя оперира със собствения бранд „Best Brand“, под който предлага избор на стоки в широк диапазон, с конкурентните цени и високото качество на „MAS“. Близко 1000 продукта от постоянно разширяваща се гама са под бранда „Mr. Grand“, собственост на гръцката верига супермаркети „Масутис“, чийто изключителен представител за Кипър са „Супермаркети MAS“.

„На разположение в нашите магазини са стоки под различни брандове, особено на някои известни кипърски компании, но също така покриваме със собствения ни бранд всички продуктови категории, като намерението ни е техният обхват да нарасне още повече. За традиционните магазини, каквито са нашите акционери, е много важно да имат свои собствени марки. Чрез тях ние казваме на потребителите, че при нас те могат да намерят всичко, което им е необходимо, на ниски цени и добро качество. Развитието на този сегмент е един от начините малките магазини да се конкурират с големите търговски вериги“, посочи пред „Икономика“ търговският директор на „Супермаркети MAS“ Лукас Зуридис.

Той е и специалистът, който се е заел с „българската експанзия“ във веригата. Тя и в момента предлага български стоки, но проявява интерес за увеличаване на дела им. През май и юни Зуридис е в поредица пътувания до България за преговори с наши производители, съобщи лично той

плановите на компанията.

„Българските производители имат хубави брандове, които ще се стремим да привлечем. Познавам много компании в страната ви, имаме много добри контакти, но търсим още партньори. Разчитаме както на добрите продукти, така и на добрата логистика - от България през пристанището в Солун в Гърция до Кипър. Работим активно за това и съвсем скоро, до седмици, ще имаме развитие“, заяви търговският мениджър.

„Нова Трейд“, производителят на безалкохолните напитки с марката „Дерби“, и „Евънс“ в Петрич с нейните санитарно-хигиенни материали са сред първите в листата на кипърската верига. Интерес тя проявява и към продукцията на класиката в българската козметика „Арома“, към плодовите сокове на „Флорина“ и сладоледите на „Изида“.

В съответствие с политиката на компанията част от новите български стоки ще се появят на рафтовете в кипърските магазини „MAS“ под собствената ѝ марка „Best Brand“. „Потребителите познават нашия бранд, убедили са се в качеството на продуктите под него и са готови да пазаруват именно от него. При наличието на много марки в магазина купувачът по-трудно установява връзката между продуктите. Ако има една основна собствена марка, за потребителите е по-лесно да се ориентират и да купуват разнообразни стоки от същия бранд, който е спечелил тяхното доверие“, обясни генералният мениджър Томи Пападопулос как ребрандирането на българските стоки ще подпомогне налагането им на кипърския пазар.

Всекидневно, постоянно предлагане на най-качествени продукти на възможно най-ниските цени – това е коректното отношение към потребителите, смята мениджърският екип на „Супермаркети MAS“. Кипърската верига от дребни собственици доказва с 20-годишния си вече опит, че този принцип е успешен.



Генералният мениджър на „Супермаркети MAS“ Томи Пападопулос (вдясно) и търговският мениджър Лукас Зуридис с плановете за нова експанзия на веригата



# ТЕХНОЛОГИИ В МОРЕТО

**ПЪРВАТА ПО РОДА СИ У НАС СИСТЕМА ЗА МОНИТОРИНГ НА ЧЕРНО МОРЕ В РЕАЛНО ВРЕМЕ ВНЕДРИ ДП „ПРИСТАНИЩНА ИНФРАСТРУКТУРА“**

**Д**ържавно предприятие „Пристанищна инфраструктура“ (ДППИ) представи първата по рода си в България информационна система за мониторинг на Черно море в реално време. Тя е реализирана с финансовата подкрепа на Норвежкия финансов механизъм 2009-2014 в рамките на Програма „Иновации в зелената индустрия“ в България.

В присъствието на заместник-министъра на транспорта, информационните технологии и съобщенията г-н Велик Занчев, програмния директор на Иновация Норвегия - Осло г-жа Анне Лисе Роглидален, представители на морския и ИТ бранша, както и експерти от редица институции, бяха представени техническите параметри и спецификите на функциониране на системата. Заключителната конференция по проект „Мониторинг и информационна система на Черно море“ - KNRIN – 2014/108164 Norway Grants 2009-2014 Monitoring and information System for Black Sea се проведе на 23 май 2017 г. в Гранд хотел София.

Интегрираната система е изградена чрез използване на добрите практики на Норвежката брегова администрация в разработването и управлението на системата



Генералният директор на ДП „Пристанищна инфраструктура“ Ангел Забуртов представя високотехнологичната система

BarentsWatch.

МИС на Черно море е реализирана от консорциум „СТЕМО-ЕСРИ“ под формата на уеб портал, поддържащ множество специализирани уеб ГИС приложения. Осигурява мощна функционалност за интеграция, обработка, анализ и визуализация на информация.

Системата позволява събирането на данни в реално време от изключително голям брой източници, включително и от европейската програма „Коперник“. Чрез нея се интегрират и обработват данни от сензори за автоматично измерване на параметрите на морската вода и атмосферния въздух.

С внедряването на модерната система ДППИ направи голяма крачка в посока създаване на обща пространствена инфраструктура на Чер-

но море. Иновативната система беше високо оценена както на местно, така и на международно ниво.

Успешният проект е носител на две специални награди: за изключителни заслуги в областта на геопрограмствени технологии у нас и за особен принос за развитието на екологични модерни технологии.

# МОРСКА ИНВЕСТИЦИЯ ЗА 15 МЛН. ЕВРО



**А**урубис България“ АД, част от водещия производител на метали и мед в Европа „Аурубис“, и най-големият частен пристанищен оператор – „БМФ Порт Бургас“ ЕАД, откриха нов склад за медни суровини на „Аурубис“, разположен на територията на „БМФ Порт Бургас“. Новите съоръжения предоставят възможност медните концентрати да се транспортират и съхраняват в затворени пространства, като насипният материал се обработва без загуби и разпиляване, по най-съвременна методика.

В официалното представяне на инвестицията от 15 милиона евро участваха министърът на транспорта Ивайло Московски, областният управител на Бургас Вълчо Чолаков, представители на Община Бургас, кметът на Пирдоп Ангел Геров, кметът на Златица Магдалена Иванова, председателите на общинските съвети на Пирдоп и Златица Мария Шентова и Асен Плахов и домакините - Георги Домусчиев, председател на Борда на директорите на „БМФ Порт Бургас“ ЕАД, и Тим Курт, изпълнителен директор на „Аурубис България“ АД.

„В съответствие със своята Визия 2025, „Аурубис България“ развива партньорството си с БМФ Порт Бур-

гас и подкрепя инвестициите за оптимизиране на производствените си процеси. Както повечето проекти на компанията, и в този водещ елемент е грижата и опазването на околната среда“, каза г-н Тим Курт, изпълнителен директор на „Аурубис България“, по време на официалното откриване на съоръжението.

„Благодарим на „Аурубис България“ АД и на всички колеги от БМФ Порт Бургас, които бяха пряко ангажирани с реализацията на този проект, който има както регионално, така и общонационално значение за развитието на българската икономика. Днес даваме пример как чрез обединените усилия и доброто взаимодействие между две от най-големите компании в България могат да бъдат постигнати устойчиви и екологично значими резултати“, каза г-н Борис Балев, изпълнителен директор на „БМФ Порт Бургас“ ЕАД, по време на церемонията.

Инвестицията включва технологични съоръжения за разтоварване от кораби на медни концентрати, тяхното транспортиране, автоматизирано претегляне, складиране в затворен склад и товарене на ЖП вагони за транспортиране към производствената база на „Аурубис България“ в района на Средногорието.



: АУРУБИС БЪЛГАРИЯ И БМФ ПОРТ  
 : БУРГАС ОТКРИХА НОВ СКЛАД ЗА МЕДНИ  
 : СУРОВИНИ НА ПРИСТАНИЩЕТО

Целият процес се управлява от команден пулт чрез система за управление с последно поколение контролери. Той включва грайферни кранове за разтоварване на медните концентрати в два приемни бункера, гумелентови транспортъори, разположени в закрити галерии, склад с място за разделно складиране на различните качества концентрати със застроена площ от 6000 кв. м и проектен капацитет 65 000 тона. Изградена е оросителна система против разпрашаване при разтоварване, както и помощна сграда за товарене на жп вагони.

През септември 2017 г. е планирано оборудване на съоръжението и с най-модерния хидравличен кран Sennebogen 8400 EQ с минимално ниво на шум и без вибрации по време на работа.



Министърът на транспорта Ивайло Московски (вляво), изпълнителният директор на "Аурубис България" Тим Курт (в средата) и инвеститорът Георги Домусчиев дадоха символичен старт на проекта

# СЛАВНИТЕ ТЕКСТИЛНИ ПРЕДПРИЕМАЧИ НА СЛИВЕН



Портрет на Добри Желязков от експозицията на Музей Сливенски затвор

автор: Владимир Митев

**И**ндустриалната революция започва в Англия като следствие освен от благоприятния общественopolитически контекст и баланс между съсловията и заради изобилието на вълна и технологичните нововъведения, позволили създаването на текстилната промишленост на Острова. Зараждането на индустрията по българските земи се вписва също в тази традиция. Важен център на предприемачество в последните десетилетия на османското владичество и в първите декади на свободна България са разположените в близост до пасищата в Стара планина градове Сливен и Габрово.

За Габрово се знае, че има славата на „българския Манчестър“ заради своята индустриална слава през царско време, а и заради заимстването на технологии и опит, осъществено от български предприемачи директно от английския индустриален град. Сливен обаче също има славна история, когато става въпрос за текстилна промишленост. Дори преди Втората световна война местните жители са разпространявали легендата, че една-единствена голяма сливенска фабрика – „Георги Стефанов и синове“, произ-

вежда два пъти повече продукция от всички габровски текстилни предприятия.

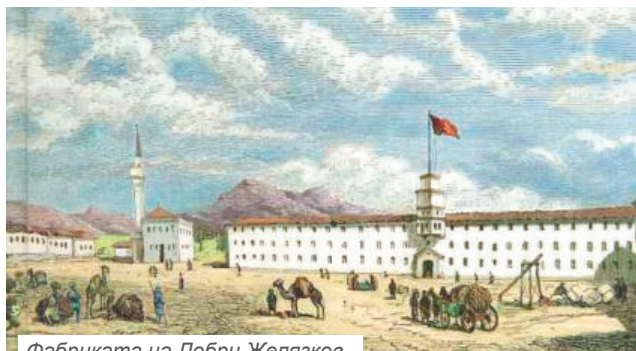
Популярен е фактът, че първата българска фабрика е основаното от Добри Желязков през 1834 г. и узаконено с ферман на султан Махмуд II тъкачно предприятие в Сливен. Османският владетел е известен с реформи, които задвижват модернизация на империята – например чрез премахване на еничарския корпус. Ферманът е пресечна точка на османския държавен интерес и личната инициатива на Добри Желязков, който през 1830 г. бяга в Русия и там опознава технологията на тъкането и машините за тази дейност. След завръщането си в Сливен през 1834 г. Желязков, заедно със своята съпруга Марийка Янакиева, създава работилница за тъкане в дома им. Султанът научава за работата на своя поданик, кани го да демонстрира своята продукция и дава държавна подкрепа за начинанието, отпусвайки и солидна сума за закупуване на машини от Русия.

Фабриката на Добри Желязков днес е затвор. Но след своето основаване и дори и в следосвобожденска България тя се развива в производството на аби, шаяци и сукна. И е известна тогава като „турската фабрика“. Самият Желязков обаче не завършва живота си в богатство. В навечерието на Кримската война Високата порта отнема фабриката от контрола на българина, тъй като има доноси против него и се смята, че не е добре християнин да ръководи подобно предприятие. Добри Желязков умира в бедност.

Специализацията на Сливен в производството на шаяци за турския пазар обаче се запазва десетилетия наред, след като той е вече част от българската държава. Появяват се няколко семейства от индустриал-



Фабриката, строена през 1843 г., действаща като затвор до 1904 г., сега е със статус на музей



Фабриката на Добри Желязков,  
нарисувана от Феликс Каниц

ци, които развиват този бизнес и допринасят за стопанския бум на България преди Балканските войни.

Сред тези семейства е фамилията Стефанови. Главата на рода – Георги Стефанов, е роден през 1843 г. в Свищов, разказва „Алманахът на българските индустриалци“. Стефанов се препитава като търговец на аби, шаяци и гайтани, като все повече разширява територията, в която търгува – първо в района на Свищов, после из Одринския вилает, а накрая и в средиземноморските градове на империята.

На 45-годишна възраст опитният търговец, натрупал вече капитал, се насочва към индустриалното производство. През 1888 г. със съдружници основава фабрика в близост до Сливен. Начинанието върви трудно в началото и партньорите на Стефанов се отказват. Той обаче остава, като търси помощ от синовете си. С времето те стават съдружници и наследяват баща си след смъртта му през 1909 г.

Пазар за производството на фабриката не липсва и тя разширява последователно продукцията си. Тъй като машините са съвременни и качеството на стоката е добро, царският двор в София се снабдява от фабриката на Стефанови. През 1916 г. обаче пожар унищожавя завода. Синовете веднага наемат фабриката на друг предприемач, изпаднал в несъстоятелност, и изпълняват поръчките, които имат до края на Първата световна война. Междувременно строят и нови производствени помещения. В своя пик във възобновената фабрика на Стефанови работят на две смени 550-600 души. Тя притежава теснолинейка за вътрешен транспорт между цеховете, спазва се хигиена, има отопление и вентилация.

Стефанови се утвърждават като капиталисти в други области. Притежават верига от магазини в София и Сливен, имат хотел в София, каменовъглена мина. Най-успешна е кариерата на Стефан Стефанов, роден през 1876 г. Той се изкачва до позицията на член на индустриалния съвет при Министерството на търговията (1926-1936 г.), член е на Търговско-индустриалната камара в Бургас, народен представител е няколко пъти. През 1927-1928 г. е председател на кооперацията за електрическа централа в Сливен, а през 1931-1934 г. е министър на фи-

## „АЛМАНАХЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ИНДУСТРИАЛЦИ“ ПАЗИ СПОМЕНА ЗА МОГЪЩИ ИНДУСТРИАЛНИ ФАМИЛИИ, ИЗГРАДИЛИ УСПЕШНИ ЗАВОДИ И ДОСТИГНАЛИ ДО НАЙ-ВИСОКИ ПОЗИЦИИ В ЦАРСКА БЪЛГАРИЯ

нансите. Двамата братя на Стефан – Киро и Апостол, се развиват в семейното предприятие. То е национализирано през 1947 г. и на неговата основа е изграден текстилният комбинат „Съби Димитров“ в „града на воеводите“.

Сливен има и друг известен род в текстилната индустрия – братя Калови. Тодор (1857-1932 г.), Илия (1861-1942 г.) и Александър (1863-1904 г.) са синове на богатия занаятчия и търговец Георги Калов (1820-1880 г.). След Освобождението наследниците основават в Сливен търговската къща „Братя Калови“. Те стават съдружници в дружество, което ползва под наем т.нар. турска фабрика в града (на Добри Желязков).

Както и в други случаи от онова време различни предприемачи основават съвместни дружества, за да могат да



Паметникът на Добри Желязков  
в Борисовата градина в София



Фабриката на Илия Калов



Илия Калов

окупният капиталите си и заедно да реализират проекти. Калови създават дружество с други известни сливенски богаташи, сред които е Иван Цонев. Съвместната фирма построява в близост до Сливен фабрика за вълнени платове, като закупува белгийски машини, движени от водна сила, чепкала, станове, бояджийница, пералня и т.н. Съвместното предприятие на Цонев, Калови и сие доставя шаяци за турската армия.

Както и Стефанови, Калови не са защитени от инциденти. През 1897 г. става наводнение, което нанася големи загуби на компанията им. Междувременно обаче те вече са съдружници в друго предприятие, за което са закупили нови машини от Германия и дори внасят първия парен двигател в града.

След Първата световна война само Илия Калов продължава да движи този бизнес, като другите му братя и техните синове се оттеглят. В края на 20-те години фабриката има площ 7000 кв.м, а застроената площ на производствените халета е над 4000 кв.м. Годишно тя произвежда 200 000 м вълнени платове. В крайна сметка Илия Калов е наследен от синовете си начело на предприятието. То е национализирано през 1947 г.

Вече споменатият Иван Цонев – съдружник на Калови, също като баща им е роден през 1820 г. Той израства в бедно многодетно семейство, но е искал да се образова. Най-напред научава гръцки, а после овладява и български език писмено. Първоначално е чирак при шивач, после натрупва известен капитал, с който се насочва към търговията на домашно тъкани аби и шаяци. Реализира мечтата си за фабрика чак на 66-годишна възраст, когато обединява сили с Калови. След смъртта му синовете на Иван Цонев го наследяват, докато Калови напускат общото дружество. Тогава наследниците продължават да развиват бизнес в тъкането на платове с помощта на усъвършенствани германски машини и даращи.

Русчо Андонов е друг голям сливенски индустриалец.

Той е роден през 1842-1843 г. Първоначално е абаджия. После става наемател в дружеството, което ползва бившата фабрика на Добри Желязков. През 1891 г. открива фабрика на мястото на изгорял завод край река Тунджа в Сливен. Следващото десетилетие води до подем, производството нараства, дървените станове са заменени с метални за производство на груби платове. Възходът продължава и след Първата световна война.

И тримата синове на Андонов се трудят също в предприятието. Най-големият от тях – Андон, е завършил Висшето техническо училище в Кемниц, Германия. Вторият – Георги, е с търговско образование, докато третият – Димитър, получава диплома по машинно инженерство в Берлинската политехника. Семейният бизнес се разраства със закупуване на друга фабрика през 1921 г. Андон Русчев – най-големият син, не само ръководи предприятието, но става дори член на управителния съвет на Българска народна банка от името на индустриалците в цяла България.



Иван Цонев

Днес сградите на някои от тези фабрики са запазени, като в същото време леката промишленост продължава да има своите важни представители в града. Индустриалните традиции на Сливен са във фокуса на Националния музей на текстилната индустрия. Той организира занимални с ученици, като им показва текстилни техники, позволява им да работят собствен предмет, пано или картина.

Националният музей на текстилната индустрия в Сливен е първият специализиран музей с промишлена ориентация у нас. Той показва както експонати от областта на ръчното тъкане, така и свързани със занаятчийското и индустриалното производство. И те всички работят, независимо от възрастта си. Което е още един белег за качеството, с което сливенската текстилна промишленост се е отличавала и което е направило нейните продукти предпочитани както в София, така и извън страната.



# INSA<sup>®</sup>

## MOTOR OILS



НАЙ-НОВИТЕ МАСЛА



online shop  
[www.insa-motoroils.com](http://www.insa-motoroils.com)

# НОВИЯТ КИТАЙСКИ



УАНГ УЕЙ  
ЗАПОЧВА ДА  
РАБОТИ КАТО  
КУРИЕР С ЕДИН  
ВАН, А ДНЕС  
УПРАВЛЯВА  
КОМПАНИЯ ЗА  
28 МЛРД. ДОЛАРА

.....

## СУПЕР БОГАТАШ

ВЪЗХОД  
130

ОТВОР: Ния Илиева

Отскоро светът има нов мегабогат милиардер. И той, без изненада, е от Китай. Впечатляващото е, че е натрупал огромно богатство само за година. И докато преди година е притежавал състояние от „едва“ 4 млрд. долара, то към днешна дата вече се оценява на 28 млрд. долара. Кой е този мистериозен милиардер и откъде идва неговото състояние?

Става дума за Уанг Уей, който в началото на 90-те години е само един младеж с ван и мечта. Баща му, преводач в китайските военновъздушни сили, му дава назаем 20 000 долара, за да стартира собствен бизнес. Така през 1993 г. Уанг Уей поставя началото на куриерската си фирма SF Express с малък офис в квартал Мон Кок на Хонконг. Уей тайно разнася куфари и раници през южната граница на Китай и изпълнява доставки с колата си по малките крайни улици на Хонконг. Защото в онези години частните куриерски услуги в Китай са незаконни.

Пробивът за Уанг идва през 2003 г., в разгара на епидемията от вируса SARS. Авиокомпаниите са принудени да ограничат полетите си и предприемачът влиза в действие. Някак успява да се сдобие с лиценз за чатърни полети. Това позволява на SF Express да изпълнява доставките си навреме – нещо, което в този момент никой друг в Китай не успява.





В тези години е разцветът на куриерските услуги в Китай, въпреки че правителството легализира частния бизнес едва през 2009 г. Но действията на Уанг по време на кризата изтласкват SF Express като най-добрата и надеждна куриерска компания в страната.

Днес SF Express е наричана „китайската FedEx“. Компанията расте значително в последните години, предимно заради значителния бум в онлайн търговията (и в частност заради успеха на Alibaba – най-голямата онлайн платформа за пазаруване).

Днес SF Express прави доставки до 50 държави и има над 117 000 служители, 15 000 превозни средства и 31 самолета.

През февруари т.г. компанията обяви и планове да построи собствено летище в централния китайски град Еджоу. Очаква се то да е готово през 2020 г.

Заради успешното първично публично предлагане на компанията и нарастващата стойност на акциите ѝ, само за последната година богатството на 46-годишния Уанг Уей е нараснало с 489%. Със състояние от 28 млрд. долара, той е третият най-богат човек в Китай след собствениците на конгломерата Dalian Wanda Уанг Дзиенлин и на онлайн гиганта Alibaba Джек Ма. Заради прогнозите разцветът на куриерските услуги в Китай да продължава със значителни темпове, нищо чудно скоро Уанг Уей да е и най-богатият китаец.

# Mellini

F A S H I O N

СОФИЯ, УЛ. ВЕЛИКО ТЪРНОВО №1  
ТЕЛ.: 02/846 74 81  
**MELLINFASHION.COM**







# ЕСТЕ 5 ГОДИНИ ЛУКС И СТИЛ

РЕСТОРАНТЪТ ПРЕДЛАГА ЗДРАВΟΣЛОВНА МАЙСТОРСКА КУХНЯ И  
БОГАТА ВИНЕНА ЛИСТА В АТМОСФЕРА НА УЮТ И СПОКОЙСТВИЕ





**Р**есторант Есте отваря врати през 2012 г. в София. Вече пет години заведението е задължителна спирка за любителите на качествена храна и гурме кухнята у нас. Ресторантът предлага богато меню от интересни ястия и десерти на своите гости, както и разнообразен асортимент от вина от цял свят, поднесени в атмосфера на лукс и стил.

Заведението разполага с 50 места и предлага изискана барокова атмосфера в стил „Луи XIV“. По време на своя престой гостите могат да се насладят на уют, дискретност и спокойствие.

Приготвянето на храната по здравословен начин е сред основните приоритети на Есте. Ресторантът предлага класически ястия, поднесени с

уникален почерк в нови, нестандартни комбинации, съчетани с местни билки и пресни диворастящи подправки.

Всеки месец ресторант Есте организира различни тематични вечери с богато меню, приготвено от шеф Димитър Дамянов, или световноизвестен шеф готвач, поканен специално от ресторанта.

За перфектното съчетание на вкусовете на първокачествената храна и напитките се грижи сомелиерът на ресторанта Йордан Кирилчев, който е носител на наградата „Сомелиер на годината 2014“.

Обслужването е изключително важна част за собствениците на Есте. То е залегнало в основната философия и концепция на заведението и допринася изключително много за изживя-

ването на гостите.

За своите специални гости Este разполага с ВИП зала с 12 места, напълно изолирана от останалата част на салона.

В топлите месеци заведението предлага и красива градина с 43 места, разположени в осем шатри, всяка от които с индивидуално осветление, вентилатор и телевизия.

Любими на клиентите на Este са специалните менюта, подготвяни от екипа за големите празници, когато богата и традиционна трапеза е неделима част от атмосферата на празника. От ресторанта планират да продължат тази традиция, като изненадват своите гости с още по-разнообразни и класни произведения на кулинарното изкуство.



За контакти и резервации:

1113 София, България,  
ул. Николай Хайтов 3А,  
Тел: 02/ 868 72 96  
Мобилен: 0886 700 269  
E-mail: [restaurant@este.bg](mailto:restaurant@este.bg)  
<http://este-restaurant.com/bg/>



Светла Карабаджаква:

# ВИНОТО Е НАПИТКА, КОЯТО ВЪЛНУВА



**УАЙНБОКС  
ЗАПОЗНАВА  
БЪЛГАРСКИТЕ  
ПОТРЕБИТЕЛИ  
С ИКОНИЧНИ  
БРАНДОВЕ  
И ПОДГОТВЯ  
ЮБИЛЕЙНО ИЗДАНИЕ  
НА СВОЕТО ВИНЕНО  
ИЗЛОЖЕНИЕ  
WINEBOX PORTFOLIO  
TASTING ПРЕЗ 2018 Г.**

*Стефан Димитров, Светла  
Карабаджаква и Иван Нокв  
(от ляво надясно)*

ЕМИКСИР 136

Светла Карабаджаква, Стефан Димитров и Иван Нокв са съсобственици на Уайнбокс (Winebox). Компанията е основана през 2008 г. с първа изба в портфолиото - гиганта Trapiche. Днес в портфолиото на Уайнбокс се подреждат имена от 30 световни изби, плюс няколко български бранда, които фирмата дистрибутира, и бранд, собствено производство - Eager.

Карабаджаква е завършила Търговската гимназия в Пловдив и след това УНСС-София, специалност Маркетинг. Сму-дентка е в WSET (Wine and Spirit Education Trust).



**Л**-жо Карабаджаква, латинската сентенция гласи, че „Във виното е истината“. Какво открихте вие във виното и как то стана ваша професия?

- Във винения бранш, мога да кажа, попаднах случайно. Запалих се от първия момент. Колкото и да бе непозната за мен материята към онзи момент, тя предизвика интереса ми. Потопих се в тази материя и така започна всичко. Богатство е с всяка глътка вино да опитваш историята на хората зад името, да откриваш новото и непознатото във всяко неопитано до този момент вино, да виждаш нови цветове, да усещаш нови аромати. За мен виното е любов.

**- Какви са най-предпочитаните вина, или вина-икони, които Уайнбокс предлага на българските потребители?**

- Концепцията на Уайнбокс е да запознае българския консуматор с едни от най-добрите световни брандове. Всяка една изба от нашето портфолио има своите икони, оценени от световните имена във винения бранш, от големите винени критици. Мисля, че много вина могат да се превърнат в икона за даден консуматор, когато запомни момента, в който е опитал това вино и нещо отвътре го накара да се усмихне, да иска да опитва още от него, да запази тапата от отворената бутилка или да запази спомена за него.

**- Представители сте на едни от най-предпочитаните марки - Шампанско Тетанже (Champagne Taittinger) и аржентинското Трапиче (Trapiche). С какво те заслужават специалното внимание на ценителите?**

- Изборът на вината в нашето портфолио минава задължително през нашите критерии, опитност, вкусове, познаване на пазара. Комплексна е гледната точка, когато решаваме нов бранд за портфолиото ни. Няма бранд, зад който да не можем да застанем.

Освен Champagne Taittinger и Trapiche, портфолиото



ни включва провансалската икона Шато Минюти (Chateau Minuty), чилийския барометър за най-високо качество Vinedo Chadwic и Vina Sena, една от най-значимите бургундски изби, датираща от XVIII век - Bouchard Pere et Fils, и още. Повечето от тези брандове са имена с дълга история, които вдъхват респект. Освен впечатляващата история, зад тези етикети стои постоянството, огромният дългогодишен труд за налагане на бранда в световен мащаб, превръщайки го в любим бранд на хората по света.

**- Какви са тенденциите във винената култура в момента у нас – има ли предпочитани сезони с по-високо потребление, предпочитания към сортове, страни на произход? С две думи – каква е актуалната винена мода?**

- На българския пазар в последните години се вижда интерес към сортове като грюнер, ризлинг, вердехо, годейо и региони, които не са толкова масово познати и разпространени, но предизвикват особен интерес (Елзас, бяло Бордо, Лангедок, Галисия). Освен познатия вече на всички тренд „Совиньон блан от Новия свят“, потребителите развиват вкусовете си, за да достигнат до совиньоните от Фриули, Алто Адидже, Лоара-Сансер и Пуйи Фюме, до белите сухи вина от сорта совиньон блан от региона Бордо. Ясен е интересът към Провансалското розе, но ние го приемаме не като мода, а по-скоро като утвърден стил.

Дори не смятам, че трябва да говорим за мода във виното, по-скоро българският потребител започна да опознава неопитаните тероари и тези тероари намират своите последователи и постоянни фенове. Относно сезонността, в последните години целогодишно се консумират бели вина и розета, разбира се, с лек спад през зимата, докато при червените вина консумацията е силно изразена през зимните месеци, въпреки че едно добро червено вино е страхотен завършек в лятна, леко прохладна барбекю вечер с приятели. Виното е напитка, която предизвиква и забавлява нашите сетива – професионалистите оценяват виното като описват неговия цвят, аромат, вкус. Виното е напитка, която винаги може да те изненада, напитка, която вълнува.

**- Мит е, че аристократите пият шампанско на закуска. У нас остава ли то предпочитано само за празнични поводи, или набира по-голяма популярност?**

- Шампанското на закуска е въпрос на възможности от една страна, но най-вече - на социални навици, на среда, на начин на живот, всичко това е взаимно свързано. Плюсът при страните с развита икономика и богата култура е и по-високата консумация на този луксозен продукт. Естествено, желанието ни е шампанското да се превърне в позволен лукс за повече хора, тогава и пазарът му тук ще бъде по-добър. Работим по тази тема от години, опитвайки се на възможно повече места – ресторанти, барове, клубове – да предлагаме шампанско на

чаша. Със сигурност днес в България има все повече истински ценители. Шампанското е напитка, която винаги ще бъде специална.

Брандът, който Уайнбокс представлява, Champagne Taittinger, е олицетворение на идеята за празник, любов, забавление, лукс, елегантност, олицетворение на добрия живот. Неслучайно този бранд е в портфолиото ни. В истинския смисъл на думата Taittinger е критерий за успешен бранд – изключително и постоянно качество, история, фамилна обвързаност, творчество, иновативност, инициативност, дългогодишен труд за поддържане, популяризиране и стабилност на бранда в световен мащаб. Кювето на избата, Taittinger Comtes de Champagne, в превод „Шампанското на графовете на Шампан“, е олицетворение на финес и елганс, престиж и история, едно от най-високо ценените висок клас шампански от региона. Това е единственото шампанско, което има право да изписва в името си името на региона Шампан. Днес семейство Taittinger е собственик на Резиденцията на графовете на Шампан в Реймс, домът на графовете, мястото, на което те се събират преди короноването на кралете на Франция.



Представителите на Уайнбокс и на семейство Тетанже в Chateau de la Marquetterie в Шампан

**- Вие сте организатор на голямо винено изложение. Смятате ли да продължите тази инициатива и какви новостите подготвяте?**

- През 2014 г. се проведе второто издание на Winebox Portfolio Tasting. Виненото изложение на Уайнбокс се организира абсолютно самостоятелно от нас, като акцент са избите от нашето портфолио. На последното издание ни посетиха над 1000 човека. Обменът на информация и вкусове е огромен. Планираме следващото, трето издание на Winebox Portfolio Tasting, да се проведе през 2018 г., с което ще отпразнуваме и 10-годишнината на нашата компания. Новостите, които подготвяме, ще бъдат изненада.

**Winebox**

<http://www.winebox.bg/>

+359 899 888 045



# ЦВЕТНАТА ИЗПОВЕД НА ЧЕТКАТА

**МОДЕРНИЗМЪТ  
ИМА СВОЙ ИЗКАЗ  
И Е УМЕНИЕ  
ПРОФЕСИОНАЛНО  
ДА ИЗГРАДИШ  
ВСЯКА  
КАРТИНА, КАЗВА  
ХУДОЖНИКЪТ  
ДИМИТЪР ПЕТРОВ**



автор: **Татяна Явашева**

**Т**ази живопис е пространство, в което плахо се обаждат конкретни знаци, като откъснат лист, отнесен от вятъра на времето в едно друго време – времето преди сътворението. По инерция наричаме тази живопис абстрактна, а в самата си същност тя е изградена от определени чувства и вълнения, които превръщат нейното нефигуративно начало в конкретно душевно състояние – това е своеобразен ключ, който акад. Светлин Русев дава към платната на художника Димитър Петров в откритата наскоро негова самостоятелна изложба в столичната галерия „Българи“.

## Път

Димитър Петров е свикнал да изразява всичко с четката, вместо с думи. Рисува, откакто се помни, и уверено следва своя път на израстване. Завършил е Художествената гимназия в София, а после и Националната художествена академия. Има творчески престой в Индия, пребивавал е в ателиетата „Сите Дез Ар“ в Париж. Роля в развитието му има и фактът, че е роден в Кюстендил и живее на около 500 м от галерията, която носи името на Владимир Димитров-Майстора. Ученик е на именития кюстендилски художник Свилен Блажев, който за него е не просто учител по изобразително изкуство.

## Изказ

Ако художникът умее да рисува като ренесансов майстор, той с лекота би могъл да е и модернист, стига да усеща това като свой начин на изказ. Модернизмът не е безпомощност, а е умение професионално да изградиш всяка своя картина. Въпросът е всичко да става спонтанно, емоционално и по естествен начин, а не да избереш този път, тъй като другите обувки не





са ти по мярка, казва Димитър Петров.

## Стенопис

Завършил е стенопис, но вече все по-рядко има поръчки. Класическият стенопис изчезва, работи се върху стени от гипсокартон и само след няколко години идва време за ремонт или цялостно обновяване на помещенията, след което всичко това се изхвърля. Липсата на стена от тухли и вар дава кратък живот на сътвореното от художника. Стенописът вече не оставя трайна следа във времето, а е като бързото хранене.

## Обектив

Картините са личните откровения на Димитър Петров. Капки дъжд, паднали листа, силуети, безцветна сянка по своеобразен начин намират нов живот в неговите платна. В тях той оставя невидими връзки, които зрителите да търсят. Димитър Петров е от добре забелязваните художници и затова е носител на редица награди. И благодарение на тях има шанса негови творби да присъстват в колекциите на повечето градски галерии в България. Търсен е и от колекционерите. Според него успехът и славата са признание, но са и изпитание, което не всеки може да понесе.

## Къде

Енергията му е насочена към свободната изява на художник. През май заедно с графика Людмил Георгиев и с живописеца Деян Вълков Димитър Петров представи непоказвани досега свои платна в Българския културен институт „Дом Витгенщайн“ във Виена. Наесен му предстои изложба в Прага. „Бъди естествен и емоционален, преследвай мечтите си и не се отказвай“ – това е водещ принцип в живота и в творчеството му.



# ПРИЯТЕЛСКИЯТ ФИЛДИНГ НАЙ-КРАСИВИЯТ СРЕД КРАСИВИТЕ



РАБОТЕЩИЯТ МУЗЕЙ НА ПАРНИТЕ ВЛАКОВЕ





ЖП ГАРАТА В ГРАДА



АВТОМОБИЛНАТА ПИСТА В МАНФИЙЛД ПАРК





ПАРКЪТ КОХАЙ

автор: Преслава Георгиева

Град Филдинг е носител на приза „Най-красив град в Нова Зеландия“ цели 15 пъти. Казват, че тук животът е спокоен, жилищата са достъпни, паркирането е бесплатно, светофари по улиците няма, а големият град, Палмерстън, е само на 20 километра.

Филдинг се намира в район Манавау на Северния остров на Нова Зеландия, на два часа път с кола от по-голямата част от южната половина на острова, включително столицата Уелингтън. Манавау обхваща площ от 2780 квадратни километра и е заобиколен от две реки (Рангитики на север и Манавау на юг), планината Руахини на изток и Тасманово море на запад. Местоположението му предлага лесен достъп до четири морски пристанища, седем летища, военновъздушна и две големи военни бази, както и изключително благоприятен климат. Средните температури през лятото са



ПЛОЩАДЪТ С ЧАСОВНИКОВАТА КУЛА

## ГРАДЪТ Е ЦЕНТЪР НА НОВОЗЕЛАНДСКОТО ЗЕМЕДЕЛИЕ И ЖИВОТНОВЪДСТВО, НО МАКАР И СПОКОЕН, ПРЕДЛАГА НЕМАЛКО РАЗВЛЕЧЕНИЯ

между 16° С и 23° С, но не повече от 30° С, а зимата са 12° С - 15° С.

Населението на Манавау е 28 254 души, половината от които (13 887) живеят във Филдинг. 78% от местните жители са с европейски, 14 са с маорски произход, а 73.4% от всички тях притежават домовете си. Близостта на град Палмерстън осигурява допълнително възможности за работа на местното население, както и всички удобства на големия град на една ръка разстояние.

Градът носи името на генерал Уилям Филдинг, един от директорите на лондонската Корпорация „Emigrants and Colonists Aid Corporation Ltd“, който през 1871 г. договорил покупката на 400 кв. км земя от правителството на провинция Уелингтън. Филдинг, който тогава бил полковник, търг-



ЦЕНТРАЛНАТА ТЪРГОВСКА ЧАСТ



ФЕРМЕРСКИЯТ ПАЗАР

нал за Австралия и Нова Зеландия в търсене на земя за осъществяването на емиграционната програма на корпорацията. Първите европейски емигранти пристигнали тук на 22 януари 1874 г., а достъп до програмата бил даден на 2000 „способни мъже“. За тях била осигурена работа в близост до селището, свързана с обезлесяване, изграждане на железопътната линия и фермерство.

До 1921 г. населението на Филдинг вече е 4500 души, а земеделието и животновъдството са основният поминък. Същата година било основано Селскостопанското училище, а през 1927 г. - първият Клуб на младите фермери. В началото на века в града се отглеждали 42 000 овце, които се продавали на най-голямото тържище за живи животни в долната половина на Северния остров.

20-те и 40-те години били несигурни както за млекопроизводството, така и за овцевъдството в планинските райони. Филдинг се съвзема чак след Втората световна война, когато бизнесът с разфасовка и дълбоко замразяване на месо процъфтява и в него са заети 2500 души – половината от работоспособното население. Понастоящем тази индустрия вече залязва, но градът предлага заетост в множество други селскостопански дейности. Районът се радва на международна слава и признание в областта на животновъдството и два пъти в седмицата във Филдинг се провежда един от най-големите пазари с търгове за добитък и овце в Южното полукълбо, който привлича фермери от цял свят. Повече за вълнуващата история на продажбата на животни във Филдинг можете да научите, ако се запишете на специалните обиколки с гид из тържището, разположено на

стотина метра от търговския център на града. Още една атракция, която си струва да посетите, е петъчният фермерски пазар, на който производители от района предлагат своите местно отгледани пресни продукти.

Земите в района са изключително плодородни и имат огромен принос към производството в първичния сектор на новозеландската икономика. Филдинг е дом на множество компании, свързани със селското стопанство. Те включват: преработка на месо и зеленчуци, опаковане и износ, дървен

материал и строителни материали, производство на мебели и облекло. Много национални търговски предприятия имат големи отдели за обслужване на този важен селскостопански център. Други са изградили своите производствени бази в района Манавату.

### ХОТЕЛ „ФИЛДИНГ“



Голяма част от сградите, датиращи от началото на XX в., са запазени и се използват по оригиналното си предназначение, а програмата Mainstreet от 1993 г., която има за цел популяризиране на Филдинг, насърчава собствениците на имоти да възстановят и пазят тези късни викториански и едуардски къщи. В рамките на тази програма например бива възстановен съхраняваният 56 години градски часовник от 1902 г. Той е поставен на нова, но издържана във викториански стил кула, посветена на милениума.

Централната търговска зона на града е разположена около площад „Манчестър“, където новите търговски сгради контрастират с грижливо запазените викториански постройки. Множеството бутици предлагат уникално разнообразие от възможности за шопинг, а отличното обслужване в мага-

зините, хотелите и ресторантите е спечелило на града прозвището „приятелският Филдинг“. Паркирането тук е безплатно и клиентите могат да оставят колите си в търговската част и да се наслаждават на пазаруването или обяда си толкова дълго, колкото пожелаят.

Районът Манавату предлага редица исторически колекции, много от които частна собственост, но отворени за посетители. Музеят „Coach House“ е дом на изключителна колекция от артефакти, свидетелстващи за над 140 години от историята на селските райони. Колекцията включва много реставрирани исторически автомобили, селскостопанска техника и машини, както и експозиции, посветени на начина на живот на заселниците.

Работещият музей на парните влакове е дело на група ентузиастични и дава възможност на посетителите да наблюдават процеса на възстановяване на парните локомотиви и вагони, както и да се повозят с тях в специално организирани екскурзии. Филдинг е дом и на най-голямата колекция от парни двигатели в Южното полукълбо, която ще откриете в Клуба на парните двигатели.

Музеят на часовниците се помещава в красива 100-годишна сграда и предлага най-голямата колекция от ръчни, стенни и настолни часовници в Южното полукълбо.

Музеят на моторите съхранява колекция от над 100 мотора от цял свят, датиращи от 1904 г. до наши дни, както и много други артикули, свързани с тях – регистрационни номера, емайлирани рекламни табели и запалителни свещи от началото на XX в. Музейната библиотека съдържа брошури, списания за мотоциклети и много други.

Във Филдинг ще откриете и няколко ценни автомобилни колекции. Maewa Austin Mews е колекция от класически и ретро автомобили с марката Austin, произведени между 20-те и 80-те години на XX в. Колекцията Rush, от друга страна,

представя експозиция от исторически състезателни автомобили с открити гуми. Разположен на 10 минути с кола от Филдинг ще откриете и Музея на класическия автомобил, които включва модели на марките Daimler и Rolls-Royce.

Арт центърът на Филдинг предлага голямо разнообразие от произведения на изкуството и местните занаяти, но творби от естествена вълна, керамика, стъкло и дърво, заедно с антики, можете да откриете и в работилничките и магазинчетата в целия град.

Бутиковото кино на Ерик Кларк е истинско бижу, което си струва да посетите. То разполага с 38 места и с колекция от 2500 филма, главно класики и на семейна тематика. Входът е безплатен, но се приемат дарения, приходите от които отиват в благотворителната фондация „Св. Джон“.

Една от емблемите на Филдинг са неговите красиви и безупречно поддържани частни и обществени градини и паркове, които го правят толкова живописен и заради които той получава многократно признанието „най-красив град“. Районът Кимбълтън е известен със своите рододендронове градини, привличащи хиляди посетители всеки сезон. Много от запазените исторически къщи, отворени за посещения, разполагат с китни градини, а обиколки из тях могат да се организират чрез информационния център в града.

В район Манавату има много популярни паркове за спорт и почивка, най-големият сред които – Манфийлд парк, е дом на международно признатата 4,5-километрова състезателна автомобилна писта и закрит стадион, който е ежегоден домакин на редица фестивали, изложби и национални и международни събития, посветени на конния спорт и селското стопанство.

Паркът Кохай е още едно разкошно място за отмора. Тук ще откриете цветни градини, алеи за разходка, волиери, барбекюта и детски площадки, рекичка, разнообразни мест-



СГРАДАТА НА BANK OF NEW ZEALAND



ЦЕНТРАЛНАТА ГРАДСКА ЧАСТ С ПЕЙКИ В ЕДУАРДСКИ СТИЛ





**КОЛЕКЦИЯТА ОТ ПАРНИ ДВИГАТЕЛИ**

ни дървесни видове и игрища за крикет. Останалите паркове в града предлагат възможности за всякакъв вид спортни активности на открито – атлетика, колоездене, мини голф, тенис, боулинг, скуош и много други. Голф клубът на Филдинг разполага с голф игрище на световно ниво, а в Лонгбърн се намира международна състезателна писта за картинг.

За туристите, които искат да опознаят провинциалния живот, Манавату предлага туристически маршрути и опции за еднокдневни екскурзии до места с историческо, географско или културно значение. Близката планина Руахини осигурява на опитните катерачи и любители на силни усещания възможности за планинско катерене, риболов, кану и приключенски развлекателни дейности. В района около градчето има и няколко локации, подходящи за плуване или пикник около реката.

Още една емблема на Филдинг е резерватът Китчънър, който има площ от 13,98 хектара и е една от малкото ос-

танали части от оригиналната полублатна гора в района Манавату с преобладание на представители на семейство Подокарпус като кахикатеа, матай и тотара. Резерватът има силно историческо и ботаническо значение заради редките и застрашени растителни видове, както и силния си ландшафтен характер и местна флора и фауна. Специално изградената пътека ви отвежда на кратка разходка през бластитите местности.

За града си местните жители казват, че е „идеално място за създаване на семейство и отглеждане на деца“. Стандартът на живот е висок, а цените на имотите са ниски. Филдинг разполага с множество детски градини и училища, а в близкия Палмерстън има два университета. Всичко това, в комбинация с мекия климат, чудесната локация, чистата природа, прясната биохрана, възможностите за развлечения, достъпният и тих провинциален живот, действително правят града перфектното място за спокоен семеен живот.





**ECONOMIC.BG**  
ИКОНОМИЧЕСКИЯТ ПОРТАЛ

**WWW.ECONOMIC.BG**

# FORD TRANSIT COURIER

**5**  
ГОДИНИ  
ГАРАНЦИЯ  
или 250 000 км

# ГЕРОЙ НА ТРУДА



СПЕЦИАЛНА ЦЕНА ОТ

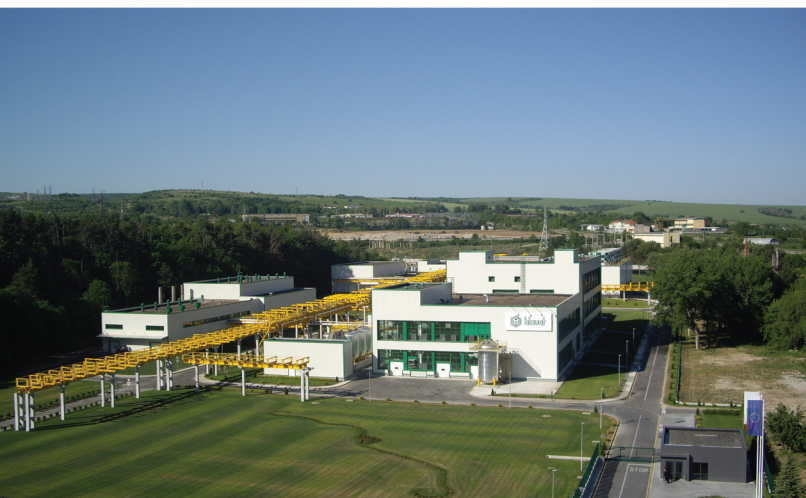
**19 055** лв.  
БЕЗ ДДС

Възможност за данъчен кредит  
За повече информация посетете [ford.bg](http://ford.bg)

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



**MOTO-PHONE**



- ◊ Медикаментозни премикси за фураж
- ◊ Кокцидиостатици
- ◊ Фуражни ензими
- ◊ Лекарствени продукти за хуманна и ветеринарна употреба
- ◊ Активни фармацевтични съставки

Huvepharma E00D  
3<sup>a</sup> Nikolay Haytov Str  
1113 Sofia, Bulgaria  
P +359 2 862 5331  
F +359 2 862 5334

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