

# ИКОНОМИКА

брой 77

септември 2017 г. / цена 5 лв.

**ТЕХНОЛОГИИ  
ЗА ДРУГА  
РЕАЛНОСТ**

**ВИСОК СКОК  
КЪМ ЕВРОТО**

**ПАТЕНТИТЕ  
ПАК СА  
НА МОДА**

Иван Вутов:

**УСПЯВАМЕ  
С ДОБЪР  
ЕКИП И  
КАЧЕСТВО**

ISSN 1314-376X





**ОБЩИНСКА БАНКА**

**ИНВЕСТИЦИОНЕН КРЕДИТ**

# Град с история

- **Преференциален лихвен процент**
- **Без такси за проучване и анализ**
- **Безплатна застраховка „Живот“**

Инвестиционният кредит „Град с история“ се предоставя на физически лица за финансиране на укрепителни, консервационно-реставрационни и ремонтни работи на недвижими културни ценности.

телефон за клиенти:

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

**0700 1 58 85**

# 5

## ГОДИНИ

# КМЕТ НА ГОДИНАТА

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

С погкрената на:



8



# СЕПТЕМВРИ 2017

## БРОЙ 77

- 8 ТЕХНОЛОГИИ ЗА ДРУГА РЕАЛНОСТ
- 20 ИВАН ВУТОВ: УСПЯВАМЕ С ДОБЪР ЕКИП И КАЧЕСТВО
- 28 ГЕОПОЛИТИКАТА СЕ ЗАВРЪЩА НА ПАЗАРА НА ПЕТРОЛ
- 30 ВЪЗХОДЪТ НА КРИПТОФИНАНСИТЕ
- 32 ВИСОК СКОК КЪМ ЕВРОТО
- 36 ИДЕ ЛИ КРАЯТ НА ВЕЧНИЯ ДЛЪЖНИК
- 40 АДВОКАТ НИКОЛАЙ ЦВЕТАНОВ: ИСТИНСКИЯТ БИЗНЕС Е ВИНАГИ НА СВЕТЛО
- 42 ЕКАТЕРИНА КАРПУЗОВА: НАЙ-ДОБРА Е ИНВЕСТИЦИЯТА В ЗДРАВО ОБЩЕСТВО
- 44 МИЛЕНА ВИДЕНОВА: КОГАТО НЯМА ИЗХОД, НАМИРАМ ВХОД
- 46 ПАТЕНТИТЕ ПАК СА НА МОДА
- 52 МОЛЪТ, КОЙТО РАСТЕ БЪРЗО
- 54 IMAGGA - БИЗНЕС ЗРЯЛОСТ В GANGNAM СТИЛ
- 58 ЗЕЛЕНИ ИНОВАЦИИ
- 62 FINDMASURE - ИДЕЯ ЗА МИЛИОНИ
- 64 БЪЛГАРСКО ВИНО? СТРУВА СИ
- 66 БУМЪТ НА МОБИЛНИТЕ ПРИЛОЖЕНИЯ
- 70 ТАМ, КЪДЕТО ПОТРЕБИТЕЛИТЕ СИ ГОВОРЯТ
- 76 УМНИ ГРАДОВЕ БЕЗ УМНИ ХОРА
- 80 ЛУДИ МЛАДИ УЧЕНИ
- 82 АЛЕКСАНДЪР ЛАЗАРОВ: ТЪРСЯ СИНИТЕ ОКЕАНИ
- 84 УМНА ФЕРМА ВЪВ ВСЕКИ ДОМ
- 86 АЛТЕРНАТИВНИЯТ ПЪТ НА КОПРИНАТА
- 90 КИТАЙ ЗАВЛАДЯВА АФРИКА
- 92 НОВА ЗАЩИТА НА ЛИЧНИТЕ ДАННИ
- 94 ПЕТИМА МИЛИАРДЕРИ, ЗАПОЧНАЛИ ОТ НУЛАТА
- 96 МЪСК СРЕЩУ ЗУКЪРБЪРГ
- 98 ОТИВА ЛИ СИ MP3 ФОРМАТЪТ

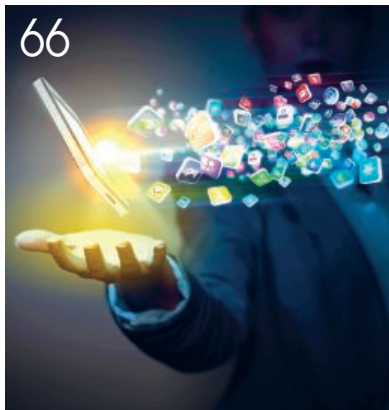
20



32



66



104



90

140



- 100** НОВИТЕ ДРЕХИ НА FACEBOOK  
**102** ВТОРИЯТ ЖИВОТ  
 НА GOOGLE GLASS  
**104** СЪБОМ НА  
 ЛУКСОЗНИТЕ VERTU  
**106** И ANGRY BIRDS ИЗЛИЗА  
 НА БОРСАТА  
**108** ГЕЙМ РАЗРАБОТЧИЦИТЕ -  
 НОВИТЕ ТЕХНОЛОГИЧНИ  
 ЗВЕЗДИ  
**110** БЪЛГАРИН СТАНА  
 ЕВРОПЕЙСКИ ШАМПИОН  
 ПО ВИКИНГСКИ ШАХ  
**112** САЩ И РУСИЯ КАТО  
 СЪЮЗНИЦИ В НАУКАТА  
**116** ШИРАЗ Е ОТВОРЕН ЗА ВСЕКИ  
**120** БУКУРЕЦ КАТО БЪЛГАРСКО  
 СТОПАНСКО СРЕДИЩЕ  
**124** ПО-ПОЛЕКА  
**128** PEUGEOT ПРОМЕНИ 5008,  
 ЗА ДА СТАНЕ  
 ПО-ВПЕЧАТЛЯВАЩ  
**130** ГРАДИНАТА НА ЕСТЕ -  
 МЯСТО ЗА ЦЕНИТЕЛИ  
**132** МУЗИКАТА НА ЧЕТИРИ РЪЦЕ  
**138** ДИГИТАЛНИ СТРАНИЦИ ОТ  
 ЕДИН ВЪОБРАЖАЕМ СВЯТ  
**140** СРЕДНОВЕКОВНИЯТ  
 ДИАМАНТ КОТОР



## РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА МИРЧЕВА,  
 главен редактор



### МЕЖДУ РЕАЛНИЯ И ВИРТУАЛНИЯ СВЯТ

Виртуалният свят на изненади вече ни очаква. Доскоро за мнозина той може и да е бил само част от научнофантастичните филми, но днес вече е все по-истински. Устройствата за симулиране на виртуална и добавена реалност завладяват територии. Това е цяла вселена на нови възможности - компютърно генерирана среда, с която може да се наслаждават и добавят образи, звуци, несъществуващи обекти. И така, намирайки се на едно място, да се озовем на съвършено различно. Бизнесът тепърва ще открива нейните предимства и приложения, но засега вратите са широко отворени. Да влиза новият свят!

За новите възможности и успеха в бизнеса разговаряме с Иван Вутов, изпълнителен директор на „Геотрейдинг“ и лице от корицата ни през септември.

Срещаме ви с много успешни и вдъхновяващи истории и хора от реалния и виртуалния свят.

Приятно четене!

## Избират „Иновативно предприятие на годината 2017“

Стартира кампанията за 13-ото издание на конкурса „Иновативно предприятие на годината 2017“. Организатори на надпреварата са фондация „Приложни изследвания и комуникации“ и Enterprise Europe Network – България, с подкрепата на Генерална дирекция „Вътрешен пазар, промишленост, предприемачество и МСП“ на Европейската комисия, в партньорство с БНТ, сп. „Икономика“ и онлайн портала Economic.bg.

В инициативата могат да участват активни български фирми, които имат успешно разработена и внедрена иновация през последните три години. Кандидатването се извършва по електронен път до 23:45 часа на 15 октомври 2017 г.



Конкурсът има за цел да популяризира успешните български бизнес модели, основаващи се на иновации и новите технологии. Кандидатите се оценяват в категории по специална методология от експертна група и от жури, според въздействието на отличените иновации. Победителите се обявяват на ежегодния Национален иновационен форум, планиран за началото на декември 2017 г.

Националният конкурс „Иновативно предприятие на годината“ стартира през 2004 г. Близо 80 фирми са отличени за новаторските си разработки. Инициативата е призната от Европейската комисия за добра национална практика за подкрепа на иновативното развитие.

## Rinker's Challenge#4 предизвиква стартиращи предприемачи

За четвърта поредна година Център „Ринкър“ към Фондация ВCause отправя покана към предприемчивите хора с идеи да се състезават за участие в обучителната програма и да спечелят безвъзмездно финансиране за своя бизнес. Търсят се бизнес идеи, които допринасят отчетливо за подобряване на живота на хората и общностите в България, без значение от икономическата дейност и отрасъл, в който се развиват. Всеки кандидат трябва да покаже как реализирането на идеята му ще има положително въздействие поне в една от посочените области – здраве, иновации, култура и ценности, образование и умения, природа и ресурси, социално включване и човешки права.

Конкурсът за участие в Rinker's Challenge#4 е отворен до 25 септември 2017, а кандидатването става само онлайн, на бъл-

гарски език, в сайта на Център „Ринкър“: [www.rinkercenter.org](http://www.rinkercenter.org)

Участниците в Rinker's Challenge получават съвети и подкрепа от доброволци - експерти и предприемачи. Двата най-добри бизнес проекта ще получат финансиране в размер до 20 000 лева всеки, както и едногодишна безвъзмездна експертна помощ.

Сред досегашните победители в Rinker's Challenge са „Таратанци“ с танцов пъзел, занаятчийското училище по хлебарство на „Братя Хлебари“, работилницата за поръчковски и сноуборд дъски „Cloudnine“, „Слънчевата ферма“ в с. Тънково в Източните Родопи, пекарната „Хляб за живот“ и сиренето от кашу „СирЕНЕКА“.



КАМПАНИЯ

организирана от КРИБ  
и списание “Икономика”

БИЗНЕС  
*на* СВЕТЛО

С подкрепата на:



# Технологии за друга реалност







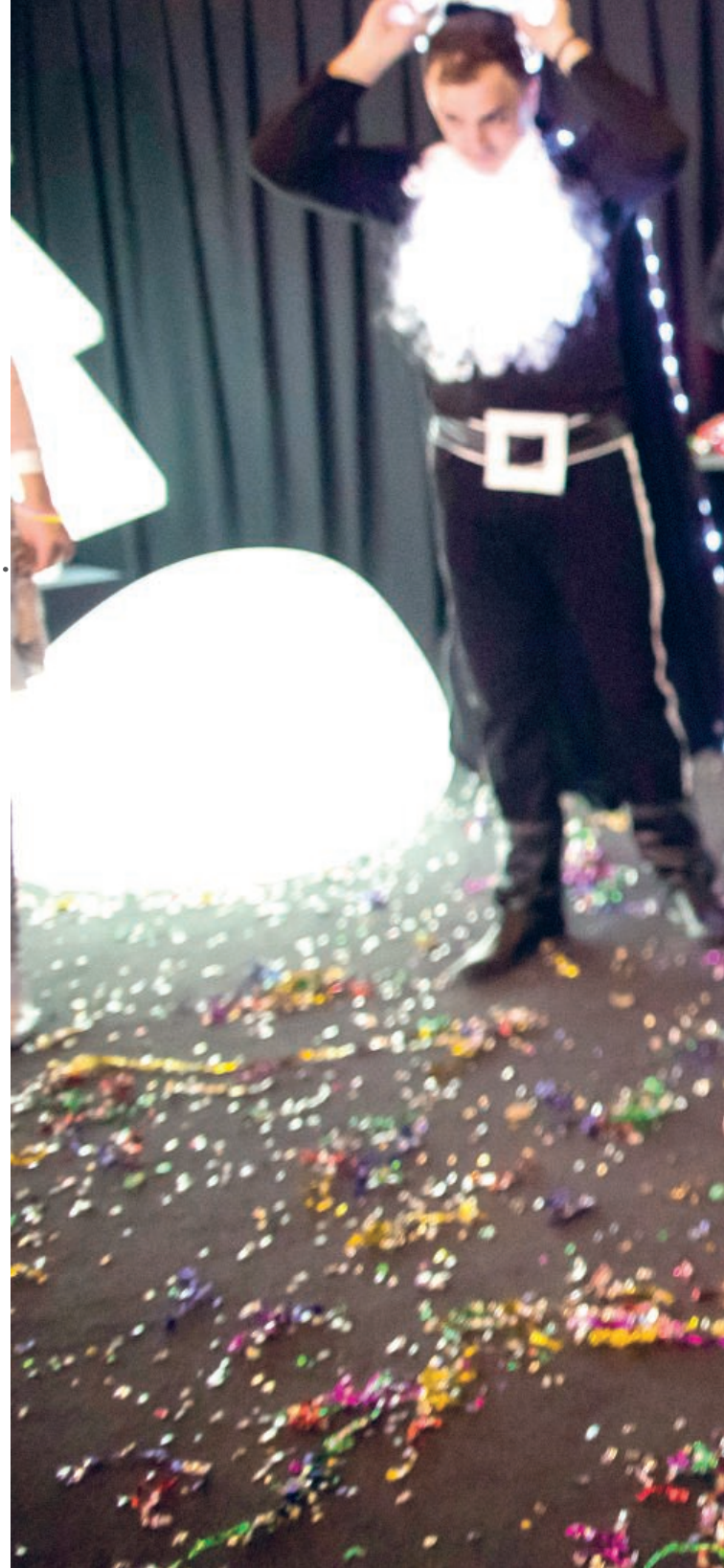
## ОТВАРЯ СЕ НИША ЗА БИЗНЕС, В КОЯТО ВИРТУАЛНАТА И ДОБАВЕНАТА РЕАЛНОСТ СА ИНСТРУМЕНТИ ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА ИНТРИГУВАЩИ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ .....

автор: **Татяна Явашева**

Готови ли сме за нови тенденции и нови възможности? Виртуалният свят на изненади вече ни очаква. За технологиите промяната е постоянно състояние. Сега иде времето на устройствата за симулиране на виртуална реалност (англ. virtual reality - VR). С усъвършенстването на технологиите, които предоставят преживяване на пълно потапяне, се очаква те да постигнат и глобално разпространение. Добавената реалност (англ. augmented reality - AR) също намира приложение и си пробива път към пазара. Отваря се ниша за бизнес, който тепърва започва да расте и да разкрива нови хоризонти пред себе си.

### Като истинско

Идеята за VR не е нова. От 1962 г. насам са правени много опити за създаване на функционално устройство от този тип. Най-големи успехи постигат мултинационалната компания Sega със Sega VR през 1991 г. за домашната им гейм конзола Mega Drive, а също и японската Nintendo за мобилната конзола Virtual Boy през 1995 г. Макар и комерсиално неуспешни, двете устройства показват, че геймингът е поле, в което технологията ще има приложение. Но какво е виртуалната реалност? Виртуална реалност е компютърно генерирана среда, която създава нови възприятия с помощта на специален хедсет (VR очила). Компютърът успява да излъже мозъка, че това, което виждате, е нещо истинско. VR устройството показва изображение, което при вашето движение се модифицира в 3D среда, в която имате чувството, че присъствате физически. Усещането е подсилено чрез 3D звук, което често води до пълно изключване на реалната физическа среда, в която сте. Технологията



все по-активно навлиза, като отива все по-далеч отвъд границите на игрите.

### Впечатляващ ефект

Добавената реалност, наричана още разширена или обогатена, комбинира данни от реалния свят с компютърно генерирани данни, като не се ограничава само до изображения и звук, а предлага и други сетивни подобрения. Тя представлява насладване на слоеве обекти или информация върху реално съществуващи в средата около вас обекти. AR наподобява виртуалната реалност в това, че преплита физическата реалност с компютърно генериран образ,



© Красимир Сариков

за да създаде впечатляващ ефект. Технологията доби по-голяма популярност благодарение на играта Pokemon Go и започнаха да я използват. Но и нейният потенциал надхвърля приложението ѝ само в игрите. Този иновативен инструмент също дава началото на нов бизнес. Например поздравителните картички с добавена реалност - техен създател е българската компания iGreet. Технологията уверено започва да навлиза в рекламата и маркетинга и там ветрилото от възможности тепърва ще се отваря, защото чрез нея клиентите може да се запознаят по-добре с даден продукт или услуга. Например посредством добавената реалност може да бъде направена интерактивна презентация

чрез визуализиране на 3D модел в ръката ви, стоящ до вас или на избрано място. Може дори да видите как би стоял определен предмет или обект на зададена локация.

Бизнесът тепърва ще открива предимства в използването на виртуалната и на добавената реалност и все повече компании ще започнат да предлагат продукти и услуги, в които тези технологии са основен инструмент.

**По темата разговаряме с трима млади визионери за развитието на AR и VR технологиите и тяхното практическо приложение.**



ПРОДУКТИТЕ, КОИТО  
РАЗЧИТАТ НА ВИРТУАЛНА  
РЕАЛНОСТ, ВЛИЯЯТ  
МНОГО ПО-СИЛНО НА  
ЦЕЛЕВАТА СИ АУДИТОРИЯ И  
НЕПОГРЕШИМО ПОСТИГАТ  
ТЪРСЕНИЯ ЕФЕКТ

Красимир **Николов**:

## Създаваме нов вид преживявания

**Г**-н Николов, с какво ви привлече развитието на технологиите за виртуална реалност?

- Първоначално интересът ми към виртуалната реалност беше провокиран от прототипа на гейминг платформата Oculus - DK2. Прототипът беше нещо, което не бях виждал дотогава - поставяйки си очилата за виртуална реалност, попадаш в един напълно нов медиум, където можеш да преживяваш всичко от първо лице. Самата технология беше много интересна, но нямаше много съдържание. Затова започнахме разработка на приложение, което позволява многобройните класически компютърни игри да бъдат играни във виртуална реалност с помощта на телефон. Това беше голямо предизвикателство, тъй като картината трябваше да се пренася по безжичен път от компютъра до телефона. След време развихме нашата технология и създадохме софтуер за разработчици на VR приложения - Intugame VR SDK.

**- С вашия VR стартъп Intugame стигнахте до Силициевата долина. Кое ви даде този шанс?**

- Нашият български инвеститор LAUNCHub Ventures има голямо портфолио от компании, в които има инвестиции. Една от компаниите, която се занимаваше с криптовалути, беше прекарала няколко месеца в долината в акселератора на Адам Дрейпър – син на легендарния инвеститор Тим Дрейпър, който е инвестирал в компании като Skype, Space X, Tesla, Baidu и много други. Акселераторът е място, къ-



Красимир Николов е изпълнителен директор и съосновател на Quark VR. Занимава се с виртуална реалност от 2014 г., когато заедно с Георги Георгиев основава компанията с тогавашното име Intugame. По образование е софтуерен инженер, завършил информатика в Немския факултет на Техническия университет в София и магистратура по изкуствен интелект в СУ „Св. Климент Охридски“. Работил е върху банков софтуер и приложения за комуникация.

дето стартъпи като нашия се събират, за да се фокусират върху изграждането на компанията, да получат съвети и да се запознаят с инвеститори. Въпросният акселератор Boost VC току-що беше започнал да инвестира във VR компании и на Адам му хареса нашата идея. Intugame беше един от 20-те избрани стартъпа измежду няколкостотин компании от цял свят.

**- Quark VR е следващ етап в развитието на бизнеса. Как създадохте тази компания и върху какво е нейният фокус?**

- Quark VR е пряко следствие на обратната връзка, която получихме в Силициевата долина. Там успяхме да се видим с над 100 други компании, които се занимават с виртуална реалност. Много от тях развиват увеселителни паркове и аркадни игри за VR в САЩ и Азия. Такива компании имат нужда от безжична технология като нашата, за да предоставят най-доброто възможно изживяване на своите клиенти. Така се роди Quark VR - продукт, който позволява на до 10 човека да изживяват заедно виртуална реалност, без да са ограничени от кабели или да носят компютър на гърба си.

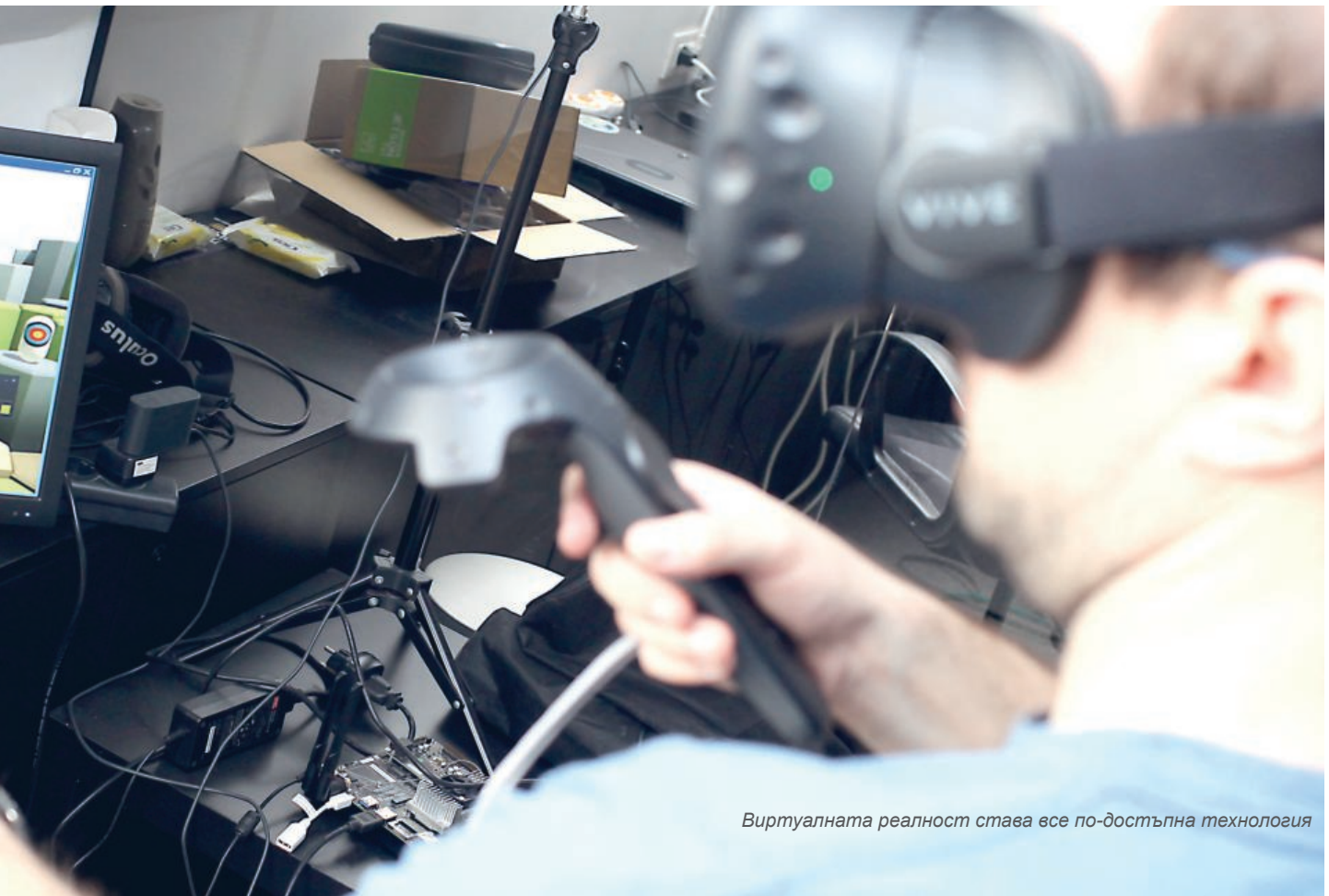
**- Кои са най-големите ви успехи до момента в областта на виртуалната реалност?**

- Технологията, върху която работим, създава нов начин за преживяване на виртуална реалност. Един ден хората няма да имат нужда от скъп компютър вкъщи, за да изпитат VR. Нашата технология има много различни приложения във виртуалната и добавената реалност. Скоростта, с която успяваме да предадем картината и звука от виртуалното изживяване по безжичен път, е граничеща с оптималната в сферата.

**- Каква е голямата цел, която гоните с вашите разработки?**

- Целта ни е да направим тези нови реалности достъпни за всички хора както като преживяване, така и като цена. Първата стъпка е именно да спомогнем изживяването в увеселителни паркове и аркади да стане по-добро, за да може всеки да изпита най-високото качество от първо лице и след това технологията ни да стане масова и достъпна извън тези места.

**- Освен в игри и забавления, в какви други области**



*Виртуалната реалност става все по-достъпна технология*

**виждате възможност за развитие на VR технологиите?**

- Виртуалната реалност има огромно приложение в образованието, социалните мрежи и предаването на истории по възможно най-добрия начин. Вече добре развито е приложението на тази технология в космическото и военното дело. В подем са също туризмът и бизнесът с недвижими имоти като сфери, възползващи се от виртуална реалност.

**- В какво е спецификата на виртуалната реалност като технология и каква „добавена стойност“ имат продуктите, които я съдържат?**

- Най-характерната черта на виртуалната реалност е способността ѝ да разказва истории от първо лице. Продуктите, които разчитат на виртуална реалност, влияят много по-силно на целевата си аудитория, постигат непогрешимо търсения ефект. Все още използването на виртуална реалност поставя бизнеса, възползващ се от нея, с едни гърди напред, защото продължава да е нещо доста ново и различно, особено за българския пазар.

**- Къде е границата между реалността и виртуалната реалност? Има ли опасност да се слоят?**

- Технологиата, с която разполагаме днес, е едва в своя зародиш и мисля, че в бъдещите 10-20 години ще продължи да се развива с ускорени темпове. Въпреки това мисля, че на човек винаги ще му е ясно кога е в реалния или във

виртуалния свят. Поне към момента има и хардуерни ограничения, които малко или много пречат да забравиш напълно, че това е виртуална, а не „истинска, действителна, реална“ реалност.

**- Как гледате на хипотезите на учени и изобретатели, че живеем в компютърна симулация?**

- Това всъщност е доста стара идея във философията, че светът, в който живеем, е просто сън или симулация, както се нарича в днешно време. Мисля, че е интересен умствен експеримент, но за голяма част от научната общност това е просто философска дилема. Въпреки това личности като Илон Мъск представят подобни възгледи напълно сериозно, така че хора като нас – които на практика работят в сферата на научната фантастика - не биха отхвърлили подобни вярвания, поне не и докато няма категорични доказателства за обратното. Това, което ние правим, е да дадем възможност на хората да прескочат „ограниченията в кода“, ако гледаме на живота като на компютърна симулация, и да видят от първо лице места, които иначе никога не биха могли да посетят, дори такива, които всъщност не съществуват в действителността. Пред виртуалната реалност има дълъг път и именно заради широкото ѝ приложение и ползи ние чувстваме за свой дълг да я направим достъпна за максимален брой хора. Правим го от 3 години и тепърва ще впечатляваме света.



Най-характерната черта на виртуалната реалност е способността ѝ да разказва истории от първо лице



Вичо Димитров, основател на iGreet - първата в света компания за поздравителни картички с добавена реалност. Занимава се с програмиране повече от 10 години и вече е натрупал значителен технологичен и предприемачески опит. Първата си фирма основава през 2010 г., с фокус разработка на мобилни приложения и игри. iGreet относително бързо се превръща от идея в бизнес, като успява да привлече финансиране от Eleven и от именития предприемач от Сулицевата долина Тим Дрейпър. Компанията е фокусирана изцяло върху решения в сферата на добавената реалност.

Вичо Димитров:

## Добавяме емоция към продуктите

**Г**-н Димитров, българската компания iGreet е първата и засега единствената, която прави картички от ново поколение с добавена реалност. Как се роди идеята?

- iGreet започна като курсов проект, част от магистърската ми програма по предприемачество и финанси в The Business Institute, а концепцията за продукта се потвърди при едно мое посещение в САЩ, където срещнах и един от нашите сегашни инвеститори. Исках да намеря начин да представя тази „магическа“ технология на широката публика и установих, че поздравителната картичка е перфектното средство за постигане на тази цел – силно традиционен продукт, присъстващ във всяка култура и до момента ограничен откъм иновации.

**- Как създадохте iGreet и как тя се развива?**

- Компанията бе основана в средата на 2015-а, като в края на същата година пуснахме на пазара и първия наш продукт – поздравителни картички с добавена реалност. Сега продаваме картичките на 5 пазара в Европа - България, Германия, Австрия, Швейцария и Сърбия, и усилено работим за по-нататъшна експанзия. Основната ни цел са най-големите в света пазари за поздравителни картички – САЩ и Великобритания. Също така станавме и първата в България компания, фокусирана изцяло и специализирана в решения в сферата на добавената реалност, като вече имаме реализирани над 20 проекта за бизнес клиенти.

**- В какво е спецификата на добавената реалност като технология и каква „добавена стойност“ имат продуктите, които я съдържат?**

- Добавената реалност създава мост между физическия и дигиталния свят и по този начин предлага на потребителите изцяло ново емоционално изживяване. От гледна точка на добавена стойност – тази технология представлява напълно нов комуникационен канал, позволяващ представянето на в пъти повече информация на потребителя, сравнено с традиционните комуникационни медии. Неслучайно топ технологичните световни компании като Facebook, Apple, Microsoft и други определиха добавената реалност като технология на бъдещето и наскоро официално обявиха плановете си за навлизането и развитието на нейната екосистема.

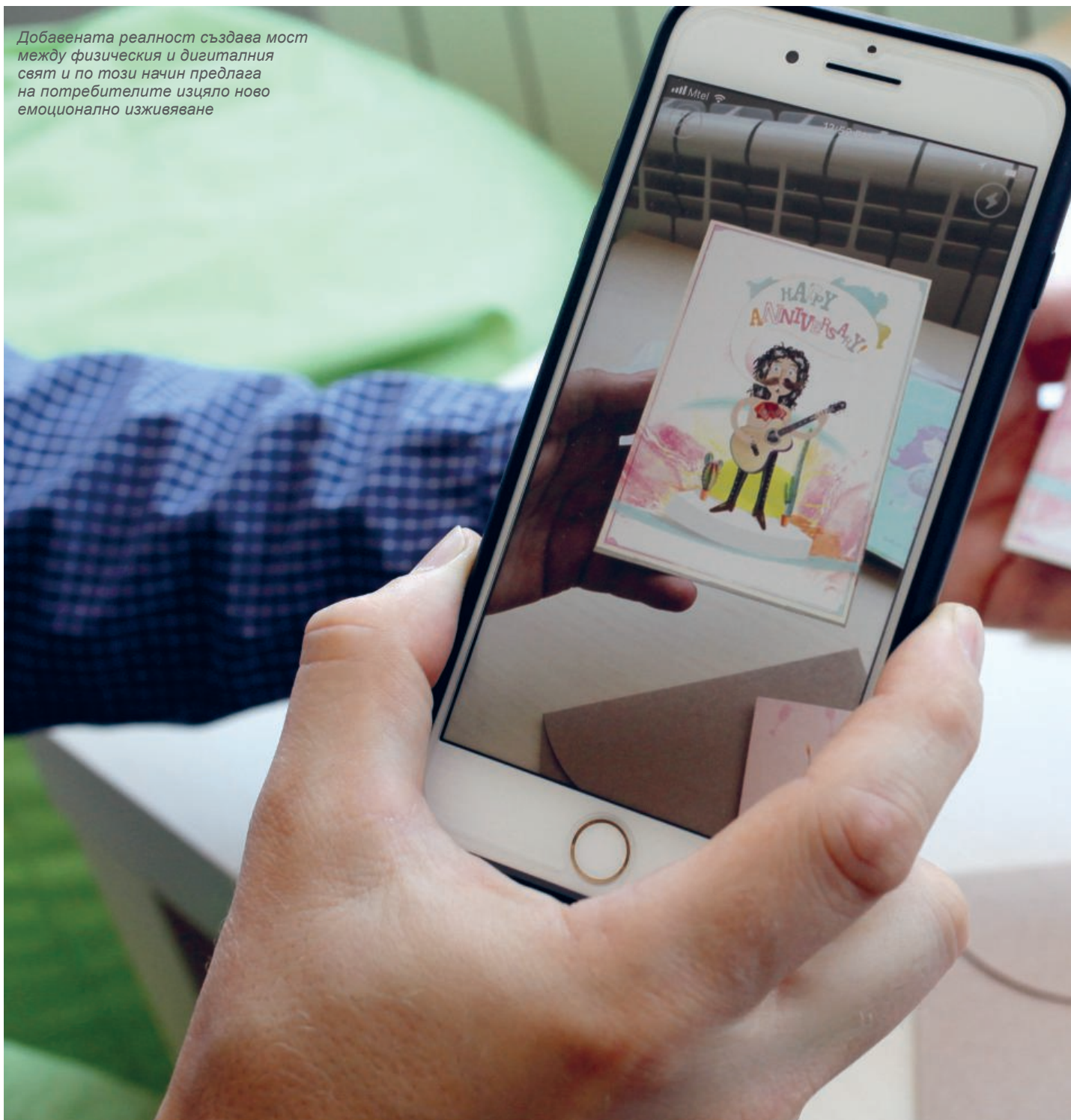
**- Добавената реалност се ползва, когато...**

- Искаме да предложим на клиентите си уникално емоционално изживяване.

**- Рекламата е една от възможните реализации. Какви по-значими проекти сте осъществили до момента?**

- Наистина едно от най-силните приложения на добавената реалност е именно в рекламата, тъй като тази технология е цялостен маркетингов канал, който към момента е все още доста непознат за маркетингозите и успоредно с това има огромен потенциал. Бизнесът малко по малко се престава да прави иновации в тази насока и

*Добавената реалност създава мост между физическия и дигиталния свят и по този начин предлага на потребителите изцяло ново емоционално изживяване*



започва да „добавя реалност“ в комуникацията си с клиентите. Към момента имаме доста реализирани проекти, като най-масовата кампания е съвместно с „Престиж 96“ – добавихме реалност в опаковките на вафли „Ная“. Това е първата в България масова рекламна кампания с добавена реалност. За около 3 месеца имаме над 20 хиляди сваляния на приложението, направено специално за кампанията, и опаковките на вафли „Ная“ са сканирани над 120 хиляди пъти, а един потребител е „играл с Ная“ средно 6 пъти. Повече за подобни наши проекти и реализации можете да научите на B2B уеб страницата

ни [www.scanar.co](http://www.scanar.co). Отскоро започнахме да публикуваме и полезна информация за добавената реалност в блога ни, където даваме подробности за приложението ѝ в различни сфери, пазара и тенденциите за развитието му. Искаме да споделим с бизнеса и заинтересованите лица експертната си и по този начин да им позволим да вземат информирани решения и да ограничим риска от провеждането на неефективни кампании и комуникация с добавена реалност.

**- По-вкусен ли е шоколадът с добавена реалност?**





- Разбира се, стига да е ръчно изработен фин млечен и да е от Белгия. Всички, които са опитали от него, добре знаят.

**- Образованието е друга сфера, в която iGreet може да намери изява. Какви планове имате засега?**

- В момента работим по създаването на учебник с добавена реалност, тъй като искаме да представим инструментариум, който чрез аудио-визуално съдържание да може да представи и обясни сложни и понякога абстрактни понятия по достъпен начин. Разбира се, приложението на добавената реалност в сферата на образованието не

## СЪЗДАВАМЕ ЦЯЛОСТЕН МАРКЕТИНГОВ КАНАЛ, КОЙТО ИМА ОГРОМЕН ПОТЕНЦИАЛ, НО ВСЕ ОЩЕ Е НЕПОЗНАТ ЗА МАРКЕТОЛОЗИТЕ

се изчерпва дотук – ние самите имаме редица идеи в тази насока.

**- Кое е уникалното при iGreet - самото технологично решение, което дава възможност да се правят картички с уау ефект, или...**

- Уникалното в нашето предложение не е технологията сама по себе си, а комбинацията ѝ с традиционен продукт и специфичен дизайн.

**- Как защитавате идеята, а може би по-скоро самата разработка?**

- Защитата на продукта ни се състои в това, че сме първите, разполагаме със собствено технологично решение, което ни дава значително повече гъвкавост и ни позволява да имаме смислен бизнес модел - нямаме лицензионни разходи към технологични доставчици и съответно функционални ограничения. Имаме изградена добра мрежа от визуални артисти, което ни позволява да поддържаме разнообразно портфолио и да отговорим на различните потребителски вкусове. Също така iGreet е запазена марка в Европа и в САЩ.

**- Имате ли планове да станете глобален бранд? В интернет ще ви намерим на [www.igreet.co](http://www.igreet.co) - симптоматичен за трудностите ли е фактът, че не успяхте да вземете дот-ком домейн?**

- Домейнът не е гаранция за успех и не прави бизнеса сам по себе си значим – преценихме, че няма смисъл да инвестираме средства в .com, който беше зает и го продавахме доста скъпо. В наши дни има редица инструменти и техники, чрез които едно приложение може да бъде разпознаваемо онлайн – действаме в тази насока. Засега резултатите са добри – ако потърсите в Google „картички с добавена реалност“, на английски включително, едно от първите неща, които ще откриете, са нашият бранд и нашето приложение.

**- Определят добавената реалност като технология на бъдещето. Какво бъдеще би могла да има тя?**

- Растящата популярност на тази технология се доказва и от плановете на топ технологичните компании като Apple, Facebook и Microsoft за навлизане и развитие на сферата. Според някои анализатори добавената реалност като комуникационен канал би могла дори да измести екраните и дори смартфона в сегашната му форма. ■



Георги Стоянов е съосновател и управител на VR Express. Възпитаник е на Първа английска езикова гимназия в София. Следва международно право и право на Европейския съюз в Хага, като в последен курс прекъсва, за да преследва бизнес кариера. Георги е привърженик на бизнес методологията на Стийв Бланк и поддръжник на идеята за масово налагане на криптовалути. Идеята да се насочи към бизнес с виртуална реалност (VR) е вдъхновена от запознането му с разнообразните приложения на технологията отвъд гейминг сферата.

Георги Стоянов:

## Пътешествието в човешкото съзнание започна

**Г**-н Стоянов, все още в преддверието на виртуалната реалност ли се намирате?

- Може да се каже, че технологията е все още на фаза „ърли адопъри“. Хората, които имат VR системи вкъщи, са предимно геймъри или фенове на високите технологии. Но има всички наченки на преминаване към ранно разрастване на пазара с постепенното поевтиняване и подобряване на технологията, както и с повишаването на информираността за предимствата ѝ.

**- От ваша гледна точка какво е виртуалната реалност?**

- Виртуалната реалност е пътешествие в човешкото съзнание и сетивност. Това пътешествие може да бъде с развлекателен характер, но може и да предлага разнообразни решения в света на маркетинга, образованието, здравеопазването и редица други сектори.

**- Как се насочихте към виртуалната реалност като сфера на бизнес?**

- След едногодишен стаж в защитата на високопрофилно дело в Международния наказателен трибунал за Югославия реших да вложа цялата си енергия в сферата на виртуалната реалност. Така заедно с екип от няколко различни професионалисти създадохме VR Express - първия клуб за виртуална реалност в България, предназначен за промотиране и запознаване на широката публика с разно-

образни приложения на технологията. След едногодишна работа на клуба и наличието на широк интерес за провеждане на външни събития с VR постепенно изградихме портфолио от услуги, обслужващи бизнес сектора. Започнахме с наем на техника и персонал за маркетингови и ПР активности и преминахме към създаване на съдържание по поръчка. След валидация от бизнес клиентите за търсенето и ефективността на такива услуги, променихме модела от клуб, насочен към крайни потребители, в компания, предлагаща завършен цикъл от VR бизнес услуги.

**- Какво предлага VR Express в момента и в каква ниша се позиционирате?**

- Нашата компания се ориентира към услуги за бизнеса - създаване на съдържание за VR, организиране на събития, като тиймбилдинги, промоционални и публични изяви, както и брандиране на VR очила.

**- Каква добавена стойност дава виртуалната реалност в маркетинга и рекламата? Защо бизнесът да предпочете VR реклама? Кога и за кого е подходяща?**

- Чрез VR могат да се разказват истории, в които потребителите са участници. Така те биват потапяни в даден сюжет и се постигат по-високи нива на ангажираност и емоционална въвлеченост. Това е изключително ефективен начин за брандова и имиджова комуникация. Освен това чрез широките възможности за визуализация и интерактивност

VR Е ЕФЕКТИВЕН НАЧИН ЗА БРАНДОВА И ИМИДЖОВА КОМУНИКАЦИЯ.  
ТАЗИ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПРЕДЛАГА РЕШЕНИЯ ЗА ПРОДУКТОВИ КАТАЛОЗИ  
И ДЕМОНСТРАЦИЯ НА ДИЗАЙН И ФУНКЦИОНАЛНОСТ

VR Express предлага услуги за бизнеса - създаване на съдържание за VR, организиране на събития и брандиране на VR очила



се предлагат нови решения за представяне на продуктови каталози, както и демонстрация на дизайн и функционалност. На практика всеки бизнес може да приложи един или друг VR прием в своя маркетингов микс.

**- Освен за забавления какво друго приложение биха могли да имат технологиите за виртуална реалност?**

- Виртуалната реалност вече се използва в света на здравеопазването - има различни приложения за борба с фобии, третиране на опорно-двигателни проблеми и други. Намира приложение и в различни образователни проекти. Вече се наблюдават разработени VR решения за архитектура, дизайн, недвижими имоти, търговия, маркетинг и ПР и къде ли още не.

**- Какъв потенциал виждате за развитие на бизнес, установен в България и свързан с AR и VR?**

- България има своите бюрократични недостатъци и оказва слаба подкрепа за малкия и средния бизнес, но картинката не е толкова черна. Има достатъчно квалифицирани IT кадри, а и също маркетолози. По отношение на промотиране на даден стартъп и търсене на финансиране - този аспект не е териториално ограничен поради възможностите, които глобализацията ни поднесе. При добре реализирана идея и

екип всеки може да се възползва от безбройните краудсорсинг и краудфъндинг инициативи, инкубатори, ангелски инвеститори, социални медии за определена цел и т. н.

**- Вътрешният пазар дава възможност да се тестват и да се развият продукти и услуги. Но какви са плановете ви за излаз на глобалния пазар?**

- Правилно - тук валидирахме някои хипотези и ги развихме. Следващата стъпка е реализиране на още други проекти на домашна почва и постепенното изкарване на тези услуги на международния пазар. При правилно ноу-хау и портфолио оттук може да се предлагат конкурентни условия на външни клиенти.

**- Кой от страховете на хората, свързан с VR, ви се вижда най-основателен и кой е най-безпочвен?**

- Към момента нито един от страховете не ми се струва основателен. Като най-безпочвен бих определил „страха“, че виртуалната реалност ще асоциализира хората и ще стане заместител на реалния свят. VR предлага редица изживявания за хора, каквито те не могат да си позволят в реалността поради една или друга причина, а за някои действа като стимулатор да изпитат именно тези виртуални изживявания в реалния свят.

· „ГЕОТРЕЙДИНГ“ СЕ НАЛОЖИ  
· КАТО ЕДИН ОТ ЛИДЕРИТЕ  
· НА БЪЛГАРСКИЯ ПАЗАР ЗА  
· СТРОИТЕЛНА МЕХАНИЗАЦИЯ  
· С ОТЛИЧНИ УСЛУГИ И  
· ЗАТВОРЕН ЦИКЪЛ НА  
· КЛИЕНТСКО ОБСЛУЖВАНЕ

Иван Вутов:

# УСПЯВАМЕ С ДОБЪР ЕКИП И КАЧЕСТВО

**Иван Вутов** е изпълнителен директор на „Геотрейдинг“ АД (част от групата „Геотехмин“) от създаването на дружеството през 2005 г. Има бакалавърска степен по стопанско управление и магистърска степен по бизнес администрация. Завършил е курс в Internexus at Regent's College в Лондон, Великобритания. Владее английски език. Иван Вутов е член на Надзорния съвет на „Елаците-мед“ АД, на Съвета на директорите на „Пътстрой-92“ АД, на „Бекастрой“ АД и др. През ноември 2014 г. Иван Вутов става заместник-председател на УС на КРИБ, а в началото на 2017 г. е избран за втори мандат на този пост.





ИНТЕРВЬЮ 22

**Г**-н Вутов, начело сте на една от най-големите компании в България за търговия със строителна и минна техника. Как наложихте „Геотрейдинг“ на българския пазар?

- „Геотрейдинг“ АД е представител за България на три производителя на строителна механизация. През 2013 г. станаме оторизиран представител на китайския бранд № 1 в този сектор - LiuGong. Това е една от най-бързоразвиващите се компании за строителна механизация в света. Тя произвежда пълна гама машини за този сектор, както и някои видове машини за минната индустрия.

През 2014 г. получихме права за продажби на строителна механизация Дунпарас, която вече е част от шведската група Atlas Copco. Тя има производствени бази в над 20 държави и обслужва клиенти в повече от 180 страни.

През 2015 г. „Геотрейдинг“ АД стана официален представител за България на финландската строителна техника с марка Lännen. Компанията Lännen Tractors Oy е водещият производител в скандинавските страни на многофункционални машини. LiuGong, Atlas Copco и Lännen са само част от брендовете, които представляваме.

От 2015 г. започнахме да развиваме и нова дейност - отворихме и два собствени сервиза с марката ProAuto в София и Етрополе за ремонт на леки, товарни автомобили и строителна техника. Освен това дружеството има мобилни екипи, които извършват ремонти на строителните машини на обектите, на които те работят. По този начин затворихме цикъла на клиентското обслужване.

Наложихме компанията на българския пазар с предлагане на качествени продукти, поддържане на коректни бизнес отношения и подкрепа от страна на нашите чуждестранни партньори, увеличаване на предлаганите марки и услуги спрямо нуждите на клиентите ни и, разбира се, с непрекъснато повишаване

на качеството на услугите.

**- Да очакваме ли нови продукти в портфолиото на дружеството и за кой сектор ще бъдат предназначени те?**

- Отскоро „Геотрейдинг“ АД е системен интегратор на двигателите MTU за минна механизация в България. Работим по проект, по който подменяме наличните двигатели с нови от тази марка и осигуряваме тяхното обслужване.

На този етап обаче не мога да кажа дали ще има нови продукти в портфолиото ни, тъй като това зависи от пазара, на който оперираме. За нас е принцип да наложим една марка и след като с нея успеем да отговорим на всички клиентски изисквания, да потърсим нова, с която да разширим продуктовия си асортимент.

**- По какви критерии избирате марките, които представлявате?**

- Първо сегментираме пазара и правим анализ на получените резултати. Целта на този процес е да разберем какви са нуждите на пазара. След това правим избор на производител, който предлага качествен продукт. За нас е важно продуктите да се предлагат на оптималното съотношение между цена и качество. Също така държим на бързите и сигурни доставки, независимо в коя държава по света се намира производствената или логистичната база, от която се осъществяват те. Ние предлагаме както добре познати и доказани на българския пазар продукти като гумите Belshina, Michelin и Bridgestone, строителните машини Atlas Copco, така и изцяло нови за страната.

**- Какви са плановете ви за развитието на „Геотрейдинг“ в близките години?**

- Съвсем скоро ни предстои да подпишем договор, с който нашите сервизи ProAuto ще са доверен партньор на „Шмитц-Каргобул“ и ще извършват техническо обслужване и ремонт на произведените от компанията ремаркета и полуремаркета.

• ЗА НАС Е ПРИНЦИП ДА НАЛОЖИМ ЕДНА МАРКА И  
• СЛЕД КАТО С НЕЯ УСПЕЕМ ДА ОТГОВОРИМ НА ВСИЧКИ  
• КЛИЕНТСКИ ИЗИСКВАНИЯ, ДА ПОТЪРСИМ НОВА,  
• С КОЯТО ДА РАЗШИРИМ ПРОДУКТОВИЯ СИ АСОРТИМЕНТ

## ИЗГРАЖДАМЕ МНОГОФУНКЦИОНАЛЕН КОМПЛЕКС С ШОУРУМ, АВТОСАЛОН, АВТОСЕРВИЗ ЗА ЛЕКИ И ТОВАРНИ АВТОМОБИЛИ, ОФИСИ, СПОРТЕН ЦЕНТЪР И ЛОГИСТИЧНИ ПЛОЩИ

**- Има ли нова инвестиция, която е във вашия фокус?**

- Изграждаме многофункционален комплекс в село Кривина с площ от 24 202 кв. м. Той ще има шоурум, автосалон, автосервиз за леки и товарни автомобили, административна част с офиси и зали, спортен център, паркинг за над 70 автомобила, логистични площи и пречиствателна станция за отпадни води. Комплексът се изгражда по всички изисквания на BREEAM-2013 за отговорни строителни практики.

**- Каква е ролята на иновациите в „Геотрейдинг“ АД?**

- „Геотрейдинг“ АД е търговско дружество и като такова се стреми да предлага на пазара най-новите продукти на брандовете, които представлява. Така например, китайският лидер в производството на строителна техника LiuGong, чийто оторизиран представител в България е „Геотрейдинг“ АД, показва през ноември м.г. революционен членоварач с вертикално повдигане на кофата. Той може да повдига по-тежки товари на по-голяма височина и с по-нисък разход на гориво. Масовото му производство трябва да започне през тази година и нашето дружество е готово да го предложи на българския пазар.

**- Как оценявате развитието на строителния сектор у нас и как се отразяват промените в него на търговията със строителна техника?**

- Развитието на строителния сектор в България до голяма степен зависи от оперативните програми, които са с европейско финансиране. Големите инфраструктурни проекти се строят именно със средства от тези програми. През 2015 г. бяха завършени и редица обекти от изминалия програмен период и приходите в строителния сектор за споменатата година са 16 млрд. лв. През 2016 г. обаче ситуацията беше коренно различна – почти нямаше проекти, които да се изпълняват, и балансът за сектора е отрицателен. Всичко това се отразява на търговията със строителна техника.

Тази година ние учредихме Асоциация на търго-

вите на едра строителна техника – АТЕСТ. В нея членуват 14 компании, чийто пазарен дял е основна част от търговията със строителна механизация.

Една от целите на АТЕСТ е през настоящия програмен период строителните компании в България да получат достъп до средства от европейските фондове за закупуване на нови строителни машини. Така, както фирмите от земеделския сектор получават еврофинансиране за машини. Данните сочат, че болшинството от машинния парк на строителните фирми е на възраст над 10 г., а на някои дори 15-20 г. и поради тази причина често не могат да изпълняват обекти. Ако имат достъп до европейско финансиране, те ще имат възможност да печелят обществени поръчки, да осигурят по-добри условия на труд за работещите и да имат по-висока производителност. АТЕСТ и КРИБ изпратихме писмо до министъра на икономиката г-н Емил Караниколов с искане обсъдим въпроса. На среща с неговия заместник г-н Лъчезар Борисов стана ясно, че възможностите за получаване средства за закупуване на строителни машини, за съжаление, са много малко.

**- Участвате и в управлението на КРИБ, вече с втори мандат като член и зам.-председател на Управителния съвет. Какви са най-актуалните за решаване проблеми пред българския бизнес?**

- Най-актуалният, и в същото време най-голям проблем пред българския бизнес, е недостигът на квалифицирани кадри. КРИБ, като най-голямата организация на работодателите в страната, работи за неговото решаване. На всички ни е ясно обаче, че за целта е нужен комплекс от мерки, за които трябва да има съгласие между държавата и бизнеса, както и че решението на този проблем ще отнеме време.

Искам да отбележа, че от тази година образованието е ресор на всички заместник-председатели на КРИБ. В началото на лятото беше учреден и комитет „Образование“. „Геотрейдинг“ АД участва в него заедно с още няколко десетки големи компании.







Всички ние обсъждаме какво можем да направим с държавата, за да може недостигът на кадри да се преодолее във възможно най-кратък срок. Един от приоритетите на комитета ще е засилване на връзката между бизнеса и учебните заведения. Например представители на различни компании могат да участват в изготвянето на учебни програми и помагала и да бъдат гост-лектори. Друго от предложенията е да се въведат задължителни стажове за студентите, като се сключва договор между работодателя, университета и студента и практиката е под настояничеството на доказани специалисти. Така студентите ще имат възможност да се учат в реална среда и да усвояват практически знания, които да им бъдат от полза и да бъдат назначени в компанията, в която са стажували. Друг важен приоритет за комитет „Образование“ е въвеждането на дуалното обучение в страната, като освен това план приемът е според нуждите на бизнеса на регионално ниво. Сега то се прилага само в 20 професионални гимназии. Виждаме, че Министерството на образованието и науката също е „за“ въвеждането на дуалното обучение.

Според КРИБ друг от начините за преодоляване на недостига на кадри е облекчаването на процедурите за назначаване на лица от т. нар. трети страни. Сега има облекчена процедура за наемане на лица само в туризма.

**- Изпитва ли „Геотрейдинг“ АД и групата на „Геотехмин“ недостиг на кадри? Как намирате точните хора и как ги задържате?**

- Що се отнася до „Геотрейдинг“ АД и групата „Геотехмин“ – към момента нямаме недостиг на кадри. Ние обаче също усещаме липсата на квалифицирани специалисти. Понякога намирането на подходящия човек за дадена позиция отнема няколко месеца.

Искам да отбележа, че дружествата от Групата осигуряват обучения за служителите за повишаване на тяхната квалификация. Длъжни сме да го правим, ако искаме бизнесът и служителите ни да се развиват успешно, а и да ги задържим на работа при нас. Освен това групата „Геотехмин“ е един от най-големите работодатели в страната с над 4500 служители

и като отговорен работодател трябва да повишава квалификацията на работещите.

**- Какви са конкурентните предимства за правенето на бизнес в България?**

- Конкурентните предимства на България са: нисък корпоративен данък, 10% данък общ доход, добро ниво на осигуровките на работещите, членството в ЕС, достъпът до европейско финансиране и до субсидии. Налице е и политическа стабилност, която също е предпоставка за развитието на бизнеса. Накоро беше обявено намерението на правителството за премахване на 242 режима, свързани с инвестиционния процес, и облекчаване на други 158. Работодателите очакваме това да се случи, за да стане още по-благоприятна бизнес средата у нас.

**- Какъв е според вас успешният бизнес лидер и на какви качества и умения залагате като мениджър?**

- Успешният бизнес лидер е този, който има визия за развитие на бизнеса си, авторитет пред своя екип и работи със страст. Той трябва да бъде смел, за да взема трудни решения, да познава хората си и да ги води успешно към постигане на общите цели. Задължително условие е да спазва висока бизнес етика.

Като мениджър винаги съм държал на добре изградения екип с ясно дефинирани роли. Смятам, че правилата дават сигурност както на бизнес процесите, така и на всеки член на екипа. Оценявам и предимството на това да има ядро на екипа. В „Геотрейдинг“ АД има служители, с които сме започнали още преди 12 години и все още работим заедно.

**- Кой е Иван Вутов извън директорския кабинет в „Геотрейдинг“?**

- Извън директорския кабинет съм съпруг и баща. За мен семейството е една от най-висшите ценности. Моите родители са ме учили на трудолюбие, честност, дисциплина и уважение към всеки. Старая се да предам тези ценности на децата си.

Обичам да спортувам и така се разтоварвам от натовареното ежедневие.

· КРИБ ПРЕДЛАГА ДА СЕ  
· ВЪВЕДАТ ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ  
· СТАЖОВЕ ЗА СТУДЕНТИТЕ  
· ПОД НАСТОЙНИЧЕСТВОТО НА  
· ДОКАЗАНИ СПЕЦИАЛИСТИ

# ГЕОПОЛИТИКАТА СЕ ЗАВРЪЩА НА ПАЗАРА НА ПЕТРОЛ

## ТЪРСЕНЕТО И ПРЕДЛАГАНЕТО ЩЕ ПОСТИГНАТ НОВ БАЛАНС

автор: Светослав Бенчев, Българска петролна и газова асоциация

**Д**ве събития белязаха горещото лято на геополитическата сцена – напрежението между Корейската народно-демократична република (КНДР) и Съединените американски щати (САЩ), както и ескалирането на напрежението и вътрешните конфликти в Боливарска република Венецуела. Как това се отрази и ще се отрази на пазара на суров петрол? Връщат ли се времената, в които геополитическата ситуация оказва влияние на цената на черното злато?

Винаги, когато имената на страни производителки на петрол биват замесени в потенциално кризисна ситуация, започва разговор дали това може да се отрази на цените на суровината. През последните години факторът „геополитика“ остана на заден план, най-вече заради свръхпредлагането на суров петрол и увеличеното производство от страна на шистовите производители. Конфликтите, в които бяха замесени важни производители като Русия, Ирак и Саудитска Арабия, не оказаха никакво сериозно влияние на цената на суровината. Последният и най-скорошен пример за тази тенденция бе напрежението около Катар, което поляризира отново мюсюлманските страни, но не доведе до никакви последици за курса на петрола и дори в пика на изострянето на напрежението курсът пое надолу заради данни за сериозни петролни резерви в света.

### Идва ли краят на тази ситуация?

Пазарът бавно, но неумолимо върви към ребалансиране на търсене и предлагане. Към настоящия момент и без да има никакви сериозни изкривявания, това следва да се случи до края на годината или в началото на следващата. В момента стойностите на производството и на потреблението дори са почти изравнени, като единствено количества от създадените резерви, предлагани на пазара, не позволяват да се постигне ребалансиране. В тази ситуация една сериозна криза със страна от ОПЕК, и то въвличаща Венецуела, държавата с най-големи доказани залежи на суров петрол, може да бъде потенциално определяща за цената на суровината. Към юни 2017 г. страната е произвеждала малко над 1.9 млн. барела дневно, като тенденцията за намаля-

ване на добивите е устойчива от 2016 г. до днес поради редица причини, сред които вътрешната обстановка и липсата на инвестиции в индустрията. И докато плавният спадещ тренд може да бъде компенсиран от пазара, то внезапно рязко намаляване на доставките от Венецуела би отворило сериозна пропаст, която няма как да бъде преодоляна при сегашното ниво на доставки от суров петрол. Факторите за подобно развитие са налице, а именно – задълбочаване на вътрешното напрежение след избора на Учредително събрание, което може да доведе до въоръжени сблъсъци, лошото състояние на инфраструктурата за добив поради съкращаване на разходите за поддръжка, както и – не на последно място – евентуалната реакция на американската администрация към ситуацията в страната и към режима на Николас Мадуро. Всъщност, по мое мнение, липсата на сериозни мерки от страна на Доналд Тръмп към венецуелската криза се дължи тъкмо на осъзнаване на реалността, а именно, че налагането на санкции ще доведе до увеличаване на цените на петрола. Нещо, от което американският президент няма никаква нужда в момента.

Отварянето на дупка от около 2 млн. барела дневно със сигурност няма да може да бъде компенсирани от пазара. Американските шистови производители едва ли ще имат възможност да поемат подобни стойности, а страните от



ОПЕК отдавна чакат възможност да повишат приходите си от петрол, без да се налага да намаляват производството си и без шистовият добив да бъде постоянна заплаха. Макар лично да не споделям подобни теории, някои коментатори смятат, че Саудитска Арабия, поддържайки ниски цени дълго време, е предизвикала съвсем съзнателно краха на венецуелската икономика с оглед предизвикване на криза на доставките, която да не може да бъде компенсирана. Независимо дали това е вярно, или не, едно е сигурно: в момента Боливарската република представлява бомба с часовников механизъм спрямо пазара на суров петрол и някой не знае точно кога и в каква степен тя ще избухне.

Друга гореща лятна геополитическа тема бе напрежението между САЩ и КНДР. Макар и изпуснатите фрази на г-н Тръмп за „огън и ярост“, които ще се стоварят над Северна Корея, и ответните реакции на режима в Пхенянь да приличаха повече на сюжетна линия от сериал за „огън и лед“, те поставиха цените на черното злато в много интересна ситуация. А тя се състоеше в това, че пазарът не се разбра със себе си как трябва да реагира. Съществува общ принцип, че военен конфликт увеличава стойностите на суровината, особено когато в нея е въвличена американската военна машина, консумираща около 100 млн. барела нефт

годишно. В допълнение, конфликтите са и стимул за икономиката и потреблението на енергийни продукти. Цената обаче не се увеличи. Това се дължи не толкова на ситуацията на пазара, колкото на абсолютната непредвидимост на ситуацията – двама неустойчиви лидери, водещи две държави с ядрен капацитет (въпреки неяснотите относно способностите на Северна Корея). В този смисъл отношенията между САЩ и КНДР ще представляват сериозна неизвестна величина за цената на суровия петрол. Рискът от ядрен конфликт е нещо, с което пазарът отдавна не се е сблъсквал.

И двата описани рискови фактора се развиват в период на ребалансиране на търсене и предлагане. Те са непредвидими към настоящия момент, но имат сериозен потенциал да окажат влияние на цените на суровината. Вероятно влошаване на ситуацията във Венецуела и сериозно прекъсване на доставките в следващите два-три месеца може да изстреля цените до 70-75 долара за барел. По отношение на искрите между САЩ и КНДР може да се каже, че те са интересен тест за пазара с оглед ядрения капацитет на двете страни. Той е интересен, разбира се, доколкото нито една от двете страни не е изпълнила заплахите си. В противен случай цената на черното злато едва ли ще има голямо значение.

# ВЪЗХОДЪТ НА КРИПТО- ФИНАНСИТЕ

**ВЪЗНИКВАНЕТО ИМ Е ЕДИН  
ВИД ОТМЪЩЕНИЕ НА ЧИСТО  
ПАЗАРНИТЕ МЕХАНИЗМИ НАД  
ДЪРЖАВНИТЕ РЕГУЛАЦИИ**

автор: **Бисер Манолов**

**У**беден съм, че вече всеки среднообразован човек знае какво е биткойн. Цената на „електронните пари“ проби нивото от 4000 долара за единица. Ценовото движение от 10% в рамките на един ден от началото на годината не впечатлява никого. Все повече участници на финансовите пазари инвестират като под наркоза в „криптозлато“. Прогнозата, че през 2017 г. ще видим ниво от 5000 долара за биткойн, е почти изпълнена. Определено биткойнът е недолюбван от класическите икономисти и традиционните финансисти. Напук на техните прогнози обаче, доверието в биткойна се покачва прогресивно. Какво става? Каква е тази мания? Измама ли е цялата схема? Доколко устойчиво е това движение и ще гръмне ли балонът?

Това са само малка част от въпросите, които всеки си задава. За да се обясни феноменът „биткойн“, е необходимо да се направи ретроспективен анализ на случващото се в глобален план през последните десет години.

Като рождена година на биткойн се счита 2008 г. – годината на началото на най-дълбоката финансова криза. Има някаква символика в това, тъй като цялата концепция за възникване на криптофинансите сякаш се появява, за да помете традиционните постулати. Аз бих отишъл в своите разсъждения и по-нататък. Бих оприличил възникването на криптофинансите като отмъщението на чисто пазарните механизми над държавните регулации. Да, успоредно с развитието на финансовата криза бе поставено началото на глобална кампания срещу чисто пазарните взаимоотношения на всяко едно ниво. Държавите с унищожително високомерие наложиха тотален контрол върху финансовите пазари чрез политиката на централните банки. Достигна се до такива абсурди, че финансовите играчи започнаха да приличат на пудели в цирк, очаквайки поредното бонбонче (разбирай политиката по количествени облекчения) от страна на дресъора (централната банка). Периодът 2009-2017



година ще бъде запомнен като безпрецедентен с намесата на централните банки в ценовите нива на финансовите активи. Всички инвеститори започнаха да действат слепешката. Това полубудно състояние тотално притъпи чувството им за оценка на риска. Нулевите лихви тържествуваха повсеместно и нашепваха: „Купувай всичко и ще получиш бонбонче“. Да, нямаше абсолютно никакво значение в какво ще инвестираш – акции или облигации, „бонбончето“ бе гарантирано от „Made in Central Banks“. Само да уточня, че без значение какво наименование използваха централните банки, за да представят паричните си политики пред хората, за да НЕ бъдат разбрани, трябва да се знае, че става въпрос за печатане на пари и нищо друго. Да, достигнахме до ситуация, която не може да бъде обяснена с методите на традиционните макроикономически модели, а по-точно – колкото повече бяха напечатаните пари, толкова повече инфлацията линееше. Хайде де! Дали не става въпрос за изключително грешно заложили инфлационни модели за отчитане? Но последното е друга тема.

Някак инстинктивно малка част от пазарните участници започнаха да усещат, че нещо не е както трябва. Възникна следният въпрос: „Какво ще стане, когато централните банки спират играта с „бонбончето“? Какво ще стане със стойността на нашите активи? Къде да инвестираме, при условие, че всички финансови активи в момента са толкова зависими от паричната политика на централните банки, че



⋮ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИЯТА ЩЕ ИЗИГРАЕ ЗА ГЛОБАЛНАТА  
⋮ ИКОНОМИКА СЪЩАТА РОЛЯ, КАКВАТО ИЗИГРА ПОЯВАТА НА  
⋮ ИНТЕРНЕТ В НАЧАЛОТО НА 90-ТЕ ГОДИНИ НА МИНАЛИЯ ВЕК

практически ти си напълно зависим от тях. Да, точно така, появата на криптофинансите бе нещо като „алтернатива за запазване на стойността“ поради безумното поведение на централните банки. При криптовалутите няма централен емитент, няма единствен собственик, няма парична политика. Стойността на криптовалутите се определя единствено от търсене/предлагане и доверие. Дали между криптовалутите има измамни схеми? Да, разбира се, че има, но това е типично за всеки нов пазар. Към настоящия момент скептиците спрямо биткойна и останалите криптовалути са много повече от вярващите и това е напълно естествено. Не мога да си представя докъде ще стигне стойността на един биткойн, когато това съотношение се промени – 20 хиляди, 40 хиляди, 50 хиляди долара??? Нямам идея, а и не вярвам някой да има. Има хиляди предположения. Знам само, че появата на криптофинансите има своето фундаментално логично обяснение и то е, че все повече хора не искат да бъдат зависими за състоянието на активите си от поведението на централните банки. По всяка вероятност позицията на централните банкери е твърде негативна и невярваща, но това не е мой проблем. Криптофинансите

ще отхапват все по-големи парчета от традиционните финанси и всеки, който се занимава с финанси и не го е осъзнал, ще го усети за своя сметка. Разбира се, че в основата на криптофинансите е блокчейн технологията. Тя по своята същност ще изиграе за глобалната икономика същата роля, каквато изигра появата на интернет в началото на 90-те години на миналия век. Може да се каже, че в основата на криптофинансите е блокчейн технологията, а криптовалутите са надграждането.

С настоящата позиция не искам да кажа, че бъдещето за криптовалутите ще бъде безкрайно светло и безпроблемно. Ще имаме нови сривове на платформи за търговия. Ще имаме забрани за търговия с биткойн в някои държави. Ще имаме съпротива от страна на големи търговски банки и други финансови участници. Каквито и сътресения да се случат обаче, мога да ви уверя, че криптофинансите са тук и за дълго. Те се появиха на база чисто пазарни принципи и точно поради тази причина ще оцелеят. На скептиците желая всичко най-добро. На оптимистите желая финансови активи, умножени по две. Важното е в ръцете на пазара. ■

# ВИСОК СКОК КЪМ ЕВРОТО

ОБЕКТИВ 32

ИСКАМЕ ДА СЕ ПРИСЪЕДИНИМ  
КЪМ ЕВРОЗОНАТА, А ВСЕ ОЩЕ  
НЕ ЗНАЕМ КАК ЩЕ ПРЕСКОЧИМ  
ПРОПАСТА НА ГОЛЕМИТЕ  
РАЗЛИКИ В СТАНДАРТА

автор: **Татяна Явашева**

**З**а голяма част от икономистите и анализаторите присъединяването на България към еврозоната няма алтернатива. То е естествен ход, който ще сложи край на валутния борд, и същевременно ще даде нова перспектива за развитието на нашата икономика. Но имаме да преодоляваме големи разлики: да сравним само най-ниската в ЕС минимална работна заплата от 235 евро в България и 1999 евро в Люксембург, при 684 евро в Гърция. За жалост никой от управляващите не успя да оттласне трайно страната ни от икономическото дъно на





© Pixabay

Евросъюза. А клубът на богатите не постига червен килим за своите бедни роднини.

## Посоката

България трябва да влезе в еврозоната, иначе остава в сивата зона, категоричен е икономистът Румен Гълъбинов. Това, че ние все още не сме готови, не означава, че те не са склонни да ни приемат. Неколкократно на най-високо ниво имаше напомняне, че за да кандидатстваме за валутния съюз, трябва да положим известни усилия, уточнява Гълъбинов. Според него паричният съвет, който ни е вързал към еврото, ни прави наполовина членове на еврозоната, но ние не

сме пълноправен участник и не може да ползваме основните предимства. За 20 години валутен борд България изконсумира негативите на всички тези ограничения, без да има достъп до позитивите, които дава еврозоната, която също е своеобразен паричен съвет, контролиран от Европейската централна банка. Колкото и да са малки курсовите разлики, левът не е евро и винаги има трансакционни разходи, които не са за пренебрегване. Влезем ли в чакалнята на еврозоната, инвестиционното доверие към страната ще се покачи. Недобре работещата съдебна система, корупцията, шуробаджанашината и несигурността в България възпират инвеститорите да се установят тук, смята икономистът.

## Изоставане

Допуснат ли ни в чакалнята на еврозоната, ще сме принудени да правим реформи, които иначе управляващите отлагат. Тогава и при нас нещата ще се получат, както Естония и Литва успяха да наваксат. Те също имаха фиксирани курсове, но безпроблемно се приспособиха, а Румъния и без валутен борд ни изпревари по стандарт, доходи и ръст на брутният вътрешен продукт. Без приток на преки чуждестранни инвестиции няма как да догоним страните от еврозоната, убеден е Гълъбинов. Оставането на България без достатъчно работна ръка според него е следствие на погрешната политика, която продължава да се води. През миналата година в сравнение с 2008-а външните инвестиции са намалели с близо 15 пъти. А за първите пет месеца на 2017-а ПЧИ са едва 120 млн. евро, което е с над 400 млн. лв. по-малко в сравнение със същия период на миналата година. Няма друга страна в Европа, в която да има такъв спад. Румен Гълъбинов напомня за една теория, която доказва, че при натрупване на държавен дълг в дадена страна на тази територия се проявява ефектът на задържане и на изтласкване на преките чуждестранни инвестиции, което вече се наблюдава у нас.

## Къде грешим

Част от работодателите вярват, че може от Украйна и Молдова да си внесат по-евтина работна ръка, вместо да повишават заплатите. Демографският срив и нарастването на дълга в последните години имат своето обяснение, но техните негативи за дълъг период ще тегнат. При положение че населението прогресивно намалява, все по-малко ще са работещите българи, които понасят тежестта за плащане на нарастващия външен дълг. Обемът на еврофондовете ще спада и занапред ще трябва да съобразим управленската политика с този факт, защото ще сме в режим на загягане на финансовото кранче, а ще трябва да скачаме още по-високо, за да догонваме страните от еврозоната.

## Заедно, а не поединично

За да ни приемат в еврозоната, трябва на първо време да изпълним препоръките от последния доклад на Европейската комисия и това трябва да е програма минимум за присъединяването на България към валутния съюз, посочва Румен Гълъбинов.

Искаме ли да се оттласнем от дъното, трябва всички да положим усилия да се поизправим на пръсти. И тъй като страната подценява от години този въпрос, все повече хора сами намират пътя към „еврозоната“.



**Илиан Георгиев** е главен изпълнителен директор на „Българо-американска кредитна банка“ АД от юли 2017 г. Той е член на УС на БАКБ от януари 2012 г., а от септември 2013-а е изпълнителен директор. Магистър по икономика от УНСС със специалност „Счетоводство и контрол“ изгражда професионалния си опит през годините, преминавайки през различни позиции в банковата система. Бил е директор дирекция „Кредитиране“ в БАКБ, а преди това в периода от септември 2003 до ноември 2011 г. заема мениджърски позиции като ръководител управление „Големи корпоративни клиенти“ и заместник-ръководител на управление „Корпоративно банкиране“ в „Юробанк И Еф Джи България“ АД (Пощенска банка). Бил е част от екипа и на Стопанска и инвестиционна банка.

Илиан Георгиев:

## От еврозоната ни делят политически решения

**Г**-н Георгиев, навършиха се 20 години от въвеждането на валутния борд в България. В какво е удобството и в какво е неудобството на паричния съвет, щом сме вързани към еврото?

- Валутният борд е един от най-успешните проекти в политико-икономически аспект на страната ни през последните няколко десетилетия. Той донесе стабилност, предвидимост и осигури ръст в нетното богатство на българските граждани. Неудобствата на борда са в ограниченията на този вид система, теоретично липсва възможност за независима парична политика. Не можем да пускаме в обращение пари, за да насърчаваме икономиката. Не можем да се възползваме от валутния курс като коректор на дисбаланси в икономиката. С подобна цел трябва да се ползват други механизми. Централната ни банка не може да бъде кредитор от последна инстанция, който при нужда да осъществи ликвидна подкрепа за финансовата система.

**- Но и страните от еврозоната нямат такива свободи.**

- Да, влизането в еврозоната също означава невъзможност за самостоятелна парична политика. Присъединим ли се към валутния съюз, решенията на Европейската централна банка (ЕЦБ) ще имат директни въздействия върху икономиката ни. Тя ще е като кредитор от последна инстанция. Дори и регулирането на финансовата система ще бъде в основната си част поето от европейските регулатори.

**- Как политиката на ЕЦБ сега рефлектира в България?**

- Ще дам за пример едно решение на БНБ за лева, което с цел привеждане на политиката на ЕЦБ за отрицателни лихви по свръхрезервите доведе до два съществени ефекта, отчетени от статистиката: силно спадане на лихвите по депозитите и ръст в кредитирането. На практика с решението си за лихвената политика БНБ ускори ръста на нови кредити и той вече успява да компенсира погашенията, за да се отчетат нетни нараствания и в двата сегмента: бизнес и граждани. Така политиката на ЕЦБ за намаление на лихвите и увеличение на предлагането на пари се пренесе и в България и вече дава резултат. Банките кредитират с рекордно ниски лихви и бизнеса, и населението. Имаме съществено ускорение на ръст на БВП с основен двигател потреблението, но и с очакване инвестициите, задвижени от

⋮  
⋮  
⋮  
⋮  
⋮  
⋮

## НУЖНА Е МНОГО РАБОТА, ЗА ДА УБЕДИМ ЕС, ЧЕ НЯМА ДА СМЕ ИЗТОЧНИК НА НЕСТАБИЛНОСТ И НЯМА ДА ПОСТАВИМ НА РИСК ВАЛУТНИЯ СЪЮЗ

изгодните условия на кредитиране, да подпомогнат ръста.

**- Повечето препоръки са да запазим валутния борд до приемането ни в еврозоната. Но за да влезем в еврозоната, трябва да ни поканят. А ще ни поканят, когато...**

- Когато ги убедим, че въвеждането на еврото няма да доведе до огромни инфлационни процеси и бюджетни дефицити вследствие на конвергенцията, водещи до нарушаване на показателите на нашата страна.

**- Основният въпрос е как да стигнем средноевропейското ниво на доходи и на жизнен стандарт. Как според вас може да стане това и в какъв реалистичен срок бихме могли да го постигнем, щом дори въпросът за покачване на минималната работна заплата среща силна съпротива сред много от работодателите в страната?**

- Всъщност това е ключовият въпрос - изравняване на стандарта на живот. Но на първо място аз бих обвързал растежа на доходите с растеж на производителността на труда. Иначе няма как да е конкурентно родното производство на вносното, а ние сме силно отворена икономика. Така че са нужни инвестиции в тази посока: нови технологии и обучение на работната сила да борави адекватно с тях.

**- Какви други критерии трябва да покрием?**

- Винаги с числовите критерии за бюджетен дефицит, инфлация и размер на лихвите вървят и изискванията за

стабилна финансова система, а тя бе доказана от прегледа на качеството на активите и на банките, и на пенсионни и застрахователни дружества, направен през миналата година. От нас се очаква също стабилно и ефективно прилагане на законите.

**- Формално пътят към еврозоната минава през ERM II, а неформално?**

- Нужна е много работа, за да съумеем да убедим Европа, че няма да сме източник на нестабилност, че ще имаме балансиран бюджет и няма да поставим на риск еврозоната, след като приемем еврото.

**- Какво ни дели от т. нар. чакалня и какво трябва да правим, ако ни допуснат в нея?**

- Делят ни политически решения в България, но и в еврозоната. Като ни допуснат, трябва да адресираме всички бележки, които са ни показани в преходния период, така и опасностите след въвеждането на единната валута.

**- Има ли алтернатива влизането ни в еврозоната?**

- Винаги има повече от една възможност и един път. Но като част от пълното ни интегриране в Европа, която е и най-големият ни търговски партньор, следва да изберем този път. Едва ли някой се съмнява, че при плаващ курс, като една от възможните опции, рисковете от нестабилност са много големи. Вече добре познаваме основните недостатъци на системата на паричния съвет. Затова и еврозоната е нашата алтернатива.



# ИДЕ ЛИ КРАЯТ НА ВЕЧНИЯ ДЪЛЖНИК

автор: Георги Георгиев

**М**нозина с проблемни дългове се обнадежиха от намеренията парламентът да гласува промени в Закона за задълженията и договорите (ЗЗД) и да се въведе абсолютен 10-годишен давностен срок, след изтичането на който всички необезпечени задължения на физическите лица да се погасяват. Предложението е да се създаде нов чл. 112 в ЗЗД, който с един замах да реши натрупани проблеми. Но дали е толкова лесно?

## Къде стяга обувката

В нашето законодателство има добре уредена процедура за обявяване на неплатежоспособност на търговци, но когато стане въпрос за физически лица, които не упражняват търговска дейност, ситуацията е съвсем различна, се изтъква в мотивите

на вносителите от ГЕРБ. Липсва каквато и да е възможност едно физическо лице, когато не може да погаси своите изискуеми задължения, да започне процедура по фалит. В повечето европейски държави има въведен регламент за потребителски и лични фалити, но в България към настоящия момент няма такава нормативна база, макар да имаше идеи и за това.

## Бреме

Идеята е физическите лица да получат шанса да започнат на чисто да градят своята семейна икономика. Според вносителите интересите на кредиторите са достатъчно защитени, защото 10 години е дълъг срок, в който те реално могат да съберат вземанията си. Иначе изпълнителните производства може да продължат до безкрайност, въпреки че длъжникът е загубил голяма част или

цялото си имущество и е в обективна невъзможност да изплати своите дългове, но на него продължават да му начисляват лихви, такси и разноски, които в повечето случаи многократно започват да превишават главницата. Съгласно действащото законодателство при смърт на длъжника, изпълнителните действия продължават срещу неговите наследници.

## Старт или финал

Скъсването с оковите на дълга може да стане по два начина - личен фалит или абсолютна давност. Преди години също имаше такива намерения, но до решение така и не се стигна. Според една от гледните точки целта на всяка несъстоятелност е кредиторите съразмерно да понесат загубите от неплатежоспособността на длъжника, като длъжникът се



освободи от задълженията си. Тази цел може да се постигне и с института на абсолютната давност. В крайна сметка, ако едно вземане не е събрано в рамките на 10 години от изискуемостта му, то най-вероятната причина е или бездействието на кредитора, или неплатежоспособността на длъжника, разбираана като липса на секвестрируемо имущество. Има предупреждения, че новото начало за длъжника може да се окаже окончателен финал за коректните кредитори. Никак не са за подценяване и опасенията, че веднага след въвеждането на 10-годишната давност длъжниците ще възприемат поведение на протакане на съдебните процеси и ще се търсят процесуални способности за максимално продължаване на принудителното изпълнение, което естествено да води към изход чрез 10-годишната давност. Прави впечатление, че банките не са ентузиазирани да коментират пред-

лаганите промени. Коментарите са, че вероятно действат зад кадър.

### Баланс на интересите

При всеки дълг има две страни - кредитор и длъжник. Промените в законодателството оттук насетне трябва да се правят така, че нито едната от тези страни да не е облагодетелствана, да не е поставена в привилегирована позиция, или да е насърчена към определени действия или бездействие. Желателно е абсолютната 10-годишна давност да се въвежда след широко обсъждане, в което да се вземат предвид всички „за“ и „против“. Но проблемът е налице и това е знак, че кредитирането трябва да стане потогворно - както от страна на тези, които дават назаем, така и от онези, които прибягват до такива услуги.

**Предлагаме две професионални мнения по темата.**

ИДЕЯТА ЗА АБСОЛЮТНА 10-ГОДИШНА ДАВНОСТ ЗА ДЪЛГОВЕТЕ НА ФИЗИЧЕСКИТЕ ЛИЦА ТРЯБВА ДА СЕ ОБМИСЛИ ДОБРЕ, ЗА ДА НЕ ДАДЕ НАЧАЛО НА НОВИ ПОРОЧНИ ПРАКТИКИ

·  
·  
·  
·

## ЗАКОНЪТ НЕ БИВА ДА СТИМУЛИРА ПРОФЕСИЯ „ДЪЛЖНИК“, УПРАЖНЯВАНА ОТ ГРУПА КРЕДИТНИ МИЛИОНЕРИ

Нина **Станчева**, изпълнителен директор на „Агенция за събиране на вземания“ ЕАД:

## Ще спечелят малко хора с огромни задължения

**П**одкрепяме духа на проекта, че не трябва да има „вечни“ длъжници и че не е справедливо потребителите с финансови затруднения да бъдат натоварвани с прекомерни разходи при събирането на задълженията им по съдебен път. Но според нас законопроектът за 10-годишната абсолютна давност в настоящия си вид не решава ефективно проблема. Той трябва да е придружен от оценка на въздействието и да бъде подложен на широка дискусия с представители на всички заинтересовани страни.

Големите кредитори ще понесат известни загуби, но ще се адаптират, като затегнат условията за кредитиране и повишат цената на заемния ресурс. Нека видим ефекта за потребителите. Значителна част от домакинствата в страната - 87%, които ползват заеми и ги обслужват редовно, автоматично ще трябва да се сблъскат с по-скъп и затруднен достъп до кредитиране.

Около 13% от потребителите по една или друга причина не обслужват заемите си. Нека анализираме и ефектите за тях. Процесът на съдебно събиране на дълговете и в момента е продължителна и трудна за изпълнение задача, която често отнема над десет години. При 10-годишна абсолютна давност и риск да не си върнат предоставения заеман ресурс кредиторите ще ускорят действията си по събиране на своите просрочени вземания, включително по съдебен път. Ще намалее до минимум възможността за предоговаряне и разсрочване на дълговете. Така при проблемен жилищен кредит, необслужван от клиента поради временни затруднения, кредиторът ще пристъпи към предсрочна изискуемост и продажба на обезпечението, без да дава шанс на заемополучателя да предоговори своя заем. За 90% от тази малка група хора, които не могат да обслужват задълженията си, ще е финансово невъзможно да бавят съдебното дело за своите непогасени дългове, защото това е свързано с високи разходи за



адвокатски хонорари и съдебни такси. В резултат голяма част от потребителите с просрочени задължения ще изпитат преки загуби от 10-годишната давност. Кой тогава ще спечели? Има една много малка група от финансово състоятелни хора, които са с огромни задължения – те могат да наемат добре платени адвокати, които да протакат делата им до заветните 10 години. Ето как в този му вид законът ще стимулира професията „длъжник“.

Печеливши от така представения проект ще са малка група своеобразни кредитни милионери, а всички коректни и редовни платци, плюс изпадналите във временна неплатежоспособност, ще платят цената за премахването на статута на „вечния“ длъжник и ще са губещите. Ще загубят и много на брой малки кредитори, в това число физически лица, които имат известна възможност и предоставят декларираните заеми на хора в нужда. Законът не бива да посяга на основни принципи в кредитирането, един от които е, че задълженията трябва да се обслужват. Косвен ефект от него ще е спад на потреблението и инвестициите, както и появата на нелегални лихвари от сивия сектор. Рисуваме вместо да изпишем вежди, да избодем очи.

В европейската практика ефективен инструмент е Законът за личния фалит. В него са разписани ясни правила и задължения на изпадналите във финансово затруднение. Такъв закон ще даде възможност на хора в състояние на фалит да получат глътка въздух и да облекчат свръхзадължността си чрез оздравителна процедура.





Адвокат Янчо **Трончев**, управляващ съдружник в адвокатско дружество „Трончев и Ганев“:

## Дългът не погива, ако се събере навреме

**В**земането на кредити често се превръща в двустранен проблем. За да получиш кредит, трябва банка или финансова институция да ти го даде. Кредиторът има интерес да си събере дадените пари заедно с лихвите, а онзи - който ги е получил, има интерес да не връща прекомерно много, а понякога и въобще, ако може да мине метър. Проблемът, който ескалира, когато двете страни не се разберат, е, че неизправният длъжник следва да върне много повече, отколкото е получил, и той по всякакъв начин търси защита, в това число и законодателна.

Изменението в чл.112 от Закона за задълженията и договорите е изцяло в полза на НЕИЗПРАВНИЯ ДЛЪЖНИК. Него го спасява тази абсолютна погасителна давност. Неслучайно още от римското право действа принципът „дългът не погива“, т. е. независимо от всичко, който е получил пари, следва да ги върне. А когато е осъден за това – връща, докато се изплати дългът. Но има и друг аспект - не всеки неизправен длъжник е недобросъвестен. Особено за физически лица - понякога поради обективна причина длъжникът не е в състояние да плаща задълженията си, ако например са го съкратили от работа. В този случай рискът се прехвърля върху кредитора и той следва да си е обезпечил по някакъв начин вземането, за да може ефективно да си получи парите. И тогава абсолютната давност има смисъл. Законът за личния фалит също можеше да реши проблема, но в България очевидно още не са намерили условията за приемането на такъв закон. Този институт го има в по-богатите държави, защото процедурата по него е скъпа.

По отношение на фирмите и лицата търговци абсолютната 10-годишна давност не действа. Предполага се, че търговецът може да полага повече грижи за своите задължения, а там има възможност и да поиска несъстоятелност, може да продаде фирмата. Физическото лице не разполага с такива опции, за него може да има много негативи, ако кредиторът е недобросъвестен - а в повечето случаи е така и тази недобросъвестност на кредитора води до увеличаване на дълга чрез натоварването му с редица такси и



разноски. Тогава възниква въпросът с вечния дълг. Затова е много трудно да се намери баланс, при който, от една страна, да бъде защитен кредиторът, а от друга, добросъвестният длъжник, защото е всеизвестно, че който е получил кредит, дължи връщането му. Но пък и кредиторът следва да се стресне: Правото е за зрящите, а не за спящите, гласи една латинска сентенция. Тоест за 10 години кредиторът трябва да успее да си прибере дадените пари, иначе ще ги загуби. Но тук идва още един проблем - и той е в съдебната система. При 10-годишна абсолютна давност длъжникът може да прави всичко възможно да протака делата, съдът е претоварен, не бърза много и това също занаяпред ще улеснява длъжника... И сега има абсолютна давност - чл.171, ал.2 от ДОПК, но тя важи само за публичните вземания.

При предстоящите законови промени трябва да се изхожда от поведението на длъжника и **ЗАКОНЪТ ДА ЗАЩИЩАВА В ПО-ГОЛЯМА СТЕПЕН ДОБРОСЪВЕСТИНИЯ**, а да не толерира **НЕДОБРОСЪВЕСТИНИЯ**. Сложно е обаче, тъй като това са субективни категории и преценката за тях е на кредитора, поради което е изключително трудно законодателят да намери точния баланс.

Не съм против 10-годишната абсолютна давност, но мисля, че нашето общество още не е узряло за такова нормотворческо решение.

⋮ **НАШЕТО ОБЩЕСТВО ОЩЕ НЕ Е УЗРЯЛО ЗА НОРМОТВОРЧЕСКО**  
⋮ **РЕШЕНИЕ, С КОЕТО И КРЕДИТОРЪТ, И ДОБРОСЪВЕСТИНИЯТ**  
⋮ **ДЛЪЖНИК СПРАВЕДЛИВО ДА БЪДАТ ЗАЩИТЕНИ**

Адвокат Николай Цветанов:

# ИСТИНСКИЯТ БИЗНЕС Е ВИНАГИ НА СВЕТЛО

АКО НА ФИРМИТЕ ИМ Е ПО-КОМФОРТНО НА  
СЯНКА, ЗНАЧИ ДЪРЖАВАТА НЕ Е НА МЯСТОТО СИ

автор: Тони Григорова

**А**двокат Цветанов, защо за вас е важна темата „Бизнес на светло“?

- Като юрист органично съм свързан със спазването на закона и законосъобразността на всяка дейност. Истинският бизнес е винаги на светло, другото е измама, кражба, но не и бизнес. Моята професия налага стриктно спазване на закона и това за мен няма алтернатива.

**- Твърди се, че сивият сектор в страната е около 30% - поносимо ли е това?**

- Като данъкоплатец и като съдружник във фирма за мен е от ключово значение всички да спазват правилата при пълненето на общата каса на държавата, важно е и доброто й управление при разходването на събраните средства. Сивият сектор е абсолютно неприемлив, тъй като едни „хитреци“ се самоизключват от общото усилие, но потребяват от общата каса. Освен това пестят разходи и са в по-конкурентна позиция от добросъвестните пазарни субекти. Сивият сектор натрупва непроследими финансови ресурси, които може да създават корупция. Но е необходимо да си зададем и въпроса дали с някои скъпи за спазване необособени регулации самата държава не тласка някои в сивия сектор.

**- Вие сте председател на Асоциацията за отговорно небанково кредитиране (АОНК). Кое ви провокира да поемете този ангажимент?**

- Приех заради парадоксалната ситуация, при която Законът за потребителския кредит от 2014 г., който трябваше да защитава потребителите, реално „бетонира“ лоши практики в техен ущърб. Така група фирми в желанието си да гарантират на своите потребители правата и защитата, които законът не им осигурява, се обединиха в асоциация. Те работят с органи като Комисията за защита на потребителите и Комисията за защита на личните данни, с асоциация „Активни потребители“.

**- Кои са членовете на асоциацията?**

- АОНК бе създадена в края на месец април 2014 г. като сдружение с нестопанска цел в частна полза и със собствен етичен кодекс. Нейни членове са водещи български и международни небанкови финансови институции, спазващи добрите търговски практики за защита на потребителите и пазарно поведение - Кешкредит, Кредисимо, Фератум, Неткредит, Макскредит, Вивус и Ситикеш. Седем компании на фона на над 150 фирми не изглежда много, но в сектора на бързите кредити те задават голяма част от положителните тенденции и имат около 50% пазарен дял.

**- Всъщност, какво да разбираме под отговорно небанково кредитиране – по-малко дребен шрифт и подвеждащи формулировки на договорите, или...**

- Отговорното небанково кредитиране е комплекс от добри практики. В преддоговорната фаза това е предоставянето в пълен размер на цялата законно изискуема информация, проверката на истинността на предоставените данни, за да се ограничат злоупотребите с чужди данни и отговорна преценка на възможностите на кредитоискателя да посрещне разходите по връщането на кредита. Предоставянето на потребителя на право да подпише договора последен, т.е. с вече попълнени всички полета и положени всички подписи от страна на кредитора, за да може кредитоискателят да се съветва, да сравнява и да реши дали приема условията на кредитора. Недопустима е практиката да се преобразуват молби за кредит в договори или да се представят за подпис бланки с празни полета. Важно е да се знае, че при онлайн кредитирането поради автоматизиране на процесите такива лоши практики са технически невъзможни.

**- Наскоро стана ясно, че в една от веригите се прилага следната практика: Лихва – 0%, такса „Ангажимент“ – 18%. Отговорно кредитиране ли е това?**

- Въпросната фирма е в сферата на стоковото кредитиране, където членовете на АОНК не работят. По-коректно е в рекламата да кажеш на потребителя какво ще плати, а не какво няма да плати, щом услугата има цена. Отговор-





**Адвокат Николай Цветанов** е председател на Асоциацията за отговорно небанково кредитиране. Той е съдружник в адвокатско дружество „Пенков, Марков и партньори“. Важен акцент в неговата работа е правната уредба в сферата на защитата на личните данни, както и разяснителната работа сред бизнеса на новите регулации, които навлизат.

но е преди клиентът да е подписал договора, да е наясно с всички условия по него, особено с тези, които пораждат задължения за него.

**- В кредитирането има две страни и кредитополучателят е по-слабата от тях. Какво е добре да имат предвид всички, които търсят пари назаем?**

- Кредитополучателят е потребител и в една пазарна икономика винаги той е в силна позиция. Не е точно твърдението, че кандидатите за кредит са притиснати от крайна необходимост – по наши данни такива са само 5-6%. В България има над 150 небанкови структури, които дават кредити и са в остра конкуренция помежду си. Конкуренцията между доставчиците е от полза за потребителя, стига той да може да направи правилния избор.

**- Гледано през призмата „Бизнес на светло“, коя граница не бива да преминават кредиторите?**

- През която и призма да се гледа, всеки, който прави бизнес, не трябва да преминава границата на закона. И за определени фирми вече не е достатъчно да правят бизнес на светло, съобразен със законите, а те предоставят повече от изискуемите по закон права и сигурност на своите потребители, както правят членовете на АОНК.

**- Вие имате компетентност в защитата на личните данни. Къде е опасната допирна зона между сив бизнес и защита на личните данни?**

- Защитата на личните данни минава през ясни правила и контрол на тяхното спазване, както и проследимост на събирането, използването и съхраняването на данните. Лични данни, попаднали в сивия сектор, нямат никаква защита и лицата, които са ги поверили на такива структури, губят всякаква възможност за контрол върху тяхното използване.

**- Като юрист съдействате на бизнеса при въвеждането на нови регулации. Сивият бизнес обаче намира начин да ги заобиколи. Имате ли виждане как по-голямата част от онези около 30% сенчест бизнес да излезе на светло?**

- Във въпроса като че ли поставяте ударението върху вечната игра на котка и мишка. Аз бих искал да обърна внимание на друга гледна точка - създаването на нормативна база, дотолкова адекватна на международните пазарни правила, че самите пазарни субекти да нямат нито необходимост, нито изгода да нарушават правилата. И от това ще печелят всички, но то се постига с по-добра чуваемост между нормотворческите структури и бизнеса.

**- На сянка или на светло – къде е по-комфортно за бизнеса? А за вас самия?**

- Ако на бизнеса му е по-комфортно на сянка, значи държавата не е на мястото си. Лично за мен този избор не е въпрос на базов комфорт, а на житейска позиция. И отговорът ми е - разбира се, на светло!

Екатерина Карпузова:

# НАЙ-ДОБРА Е ИНВЕСТИЦИЯТА В ЗДРАВО ОБЩЕСТВО

ПОРТФЕЙЛ 42



НОВИТЕ ИДЕИ МОЖЕ ДА  
ПОЛУЧИТЕ ОТ ВСЕКИ В  
НАЙ-НЕСТАНДАРТНА  
ФОРМА, ЗАТОВА  
СЛУШАЙТЕ ВНИМАТЕЛНО

Екатерина Карпузова е търговски директор на отдел „Фармацевтични продукти“ в Байер България от септември 2016 г. Тя започва кариерното си развитие също в Байер България като мениджър на проект през 2007 г. и остава в групата. Прекарва три години в Берлин, където е част от екипа на Бизнес операции за Централна и Източна Европа в направление „Фармацевтични продукти“. Преди да се завърне в България, две години е главен оперативен директор в отдел „Фармацевтични продукти“ в Словакия. Има магистърска степен по макроикономика от Университета в Аугсбург, Германия, и е завършила маркетинг MBA програма в City University of Seattle, София.

автор: **Татяна Явашева**

**Ф**армацевтичният бизнес ме привлече като сфера за професионално развитие със своята висока добавена стойност, която се измерва в качество и продължителност на живота на пациентите. Днес иновативният фармацевтичен сектор е високотехнологична индустрия с много строги изисквания.

Останах в нея, защото всеки от нас в определен момент

от живота си е пациент или негов близък има нужда от лечение и тогава отново разбираме истинската стойност на здравето.

**Доброто финансово здраве на една компания се поддържа** на първо място с постоянно високо качество на услуга или стока. Трябва да се добави постоянството в политиката спрямо крайни потребители, партньори и социална

## ФИРМЕН ПРОФИЛ

Байер България ЕООД е основана през 1995 г., но компанията има свой представител в България още от 1914 г. Това е основно маркетингова и търговска организация за лекарствени продукти със и без лекарско предписание, препарати за растителна защита (хербициди, фунгициди, инсектициди) и семена. Компанията извършва и изследователска дейност, свързана с фармацевтичните ѝ продукти.

Байер е международна компания с опит в областите на науките за живота - здравеопазване и земеделие. Тя работи под мотото „Наука за по-добър живот“. Нейните продукти и услуги имат за цел да подобрят качеството на живот. Групата цели да създаде стойност чрез иновации, растеж и висок потенциал за печалби. През финансовата 2016 г. в нея работят около 115 200 служители, като се реализират продажби в размер на 46,8 млрд. евро. Капиталовите разходи възлизат на 2,6 млрд. евро, а разходите за изследователска дейност и развитие - на 4,7 млрд. евро.

среда, както и бизнес етиката и репутацията на фирмата. От значение са прозрачността и поддържането на установен стандарт.

**При мен макроикономиката, търговията и финансите се срещнаха в едно и** утвърдиха вярването, че успешната търговия се базира на синхрон между търсене, предлагане и доставяне на адекватна добавена стойност в рамките на конкретната макросреда. Всяка икономическа единица има и социална отговорност в широк диапазон, обхващащ потребители, партньори, общество и служители.

**Всеки проект носи** отпечатъка на участниците в него. Това многообразие от характери, гледни точки и различни нива на скорост създава многопластова и предизвикателна динамика.

**От търговските директори в една глобална корпорация се очаква** да „оркестрират“ екип, да се съобразяват с различните инструменти и да взимат решения за това кой инструмент да бъде включен, кога и в каква последователност. Значение има качеството и времето за удовлетворяване на конкретна нужда в краткосрочен и в дългосрочен план. Бизнес етиката и уважението към всички партньори и колеги са необходими на всеки „диригент“, който е преди всичко човек от екипа си.

**Опитът в Байер ме научи, че** човек не трябва да се отказва, когато вярва в позитивите на определен проект или идея. Важното в трудни ситуации е да си достатъчно откровен пред себе си, да чуваш обратната връзка, която средата ти дава, и да се опитваш да намериш правилното решение за всяка една възникнала пречка.

**Свързаността ни с глобалния пазар налага** да работим съобразно световните стандарти, изисквания и скорост. Това ни позволява да предоставяме на българския пазар качество без компромис.

**В работата за мен няма** „няма“. Няма строго предварително установени граници. Гъвкавостта и постоянното желание за собствено подобряне са съществени. „Няма“ и компромис с етиката.

**Изграждам своя стил на управление, като се уча** от всеки човек, с когото съм работила, без оглед на йерархията. Стилът на управление трябва да е автентичен и базиран на личен ангажимент и да се доизгражда постоянно.

**За да мотивирам хората да дават всичко от себе си в работата,** трябва първо да установя истински контакт с тях и да се опитам да разбера тяхната гледна точка. Всеки човек в различна степен е воден от необходимостта да бъде значим и пълноценен. За мен е важно да разбера какъв смисъл влага отделният човек в това.

**Голямата или малката „брадва“ използвам,** когато нещата не вървят. Вярвам в отворената комуникация, навременната обратна връзка, която може да бъде както положителна, така и съдържаща в себе си предизвикателства. Когато човек не получи достатъчно информация за представянето си, той не получава и възможност за подобрене и развитие.

**Моето „златно правило“** е, че от всяка ситуация има винаги поне седем изхода.

**Новите идеи** може да получите от всеки и във всякаква нестандартна форма. Затова слушам внимателно всеки – от стажант до колега на глобално ниво, както и външните си партньори.

**Ролята на иновациите в Байер България като брънка от един глобален механизъм** е ключова. Иновациите са нашето ДНК.

**Инвестициите на нашата компания в България зависят** от стабилността на макросредата, държавната политика и нуждите на пациентите.

**„Портфейлът“ на успешните компании** има много „джобчета“ с портфолио от настоящето и бъдещето.

**Преди година дойдох отново да работя в родината си,** тъй като обичам България.

**Ако можех, в България бих променила** мястото, което заемат в момента здравеопазването, образованието и демографската политика, поставяйки им допълнителен акцент.

**За мен най-добрата инвестиция** е в едно здраво общество. За отделния човек това значи образование, здраве и култура.

**Извън бизнеса съм** човек, който обича живота, семейството си, пътуването и търси постоянно вдъхновение от малките неща.

Милена Вигенова:

# КОГАТО НЯМА ИЗХОД, НАМИРАМ ВХОД



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

автор: **Татяна Явашева**

**З**а да водиш даден бизнес напред,... са необходими кураж, безкрайна енергия и вдъхновение.

**Лидерът умее да...** бъде едновременно боец и миротворец. Това не е раздвоение, а съчетание на тези и много други роли в зависимост от ситуацията и стратегическите цели.

**Добрите мениджъри...** са добри, защото имат силни и успешни екипи.

**Специфичният ъгъл, от който гледам на бизнеса, ми показва...** страните и секторите, които имат най-добри перспективи за развитие, както и тези, които могат да се влошат в близко или далечно бъдеще.

**Професията ми ме направи предпазлива към...** рискови сделки. И към необмислените рискове в живота.

**Високи финансови резултати постига бизнес, който...** има системен подход при управление на риска, който постоянно въвежда иновации и развива своите служители.

**За мен рискът е...** и възможност. Няма по-вярно клише в бизнеса.

**До фалит обикновено стигат фирми, които...** подценяват управлението на риска.

**Когато чуя да се говори за оцеляване,...** винаги се питам с какво допринася съответният човек за развитието на даден бизнес или отрасъл.

**Добрите постижения са следствие от...** системна и упорита работа, примесена с доза смелост.

**Принцип в работата, към който се придържам:...** „Прави каквото трябва, спазвай етичните принципи, пък да става каквото ще.“

**В основата на адекватните решения стои...** голям обем от данни и висока степен на професионализъм.

**Ако зависеше от мен, бих...** стимулирала държавата и бизнеса да инвестират повече в образование.

**Каузата, зад която заставам, е...** „За по-сигурна търговия“.

**Това, за което все още не намирам достатъчно време, е...** да пътувам и да разглеждам различни мегаполиси.

**Когато виждам, че няма изход...** намирам друг вход.

**Високо ценя...** морала и откритостта.

**Моят най-добър съветник е...** опитът - както моя личен, така и на международната организация с над 70-годишен опит, за която работя.

**Не мога да се откажа от...** новите предизвикателства, интересната и динамична работа.

**Имах късмет...** след обучение и работа в чужбина да се върна в България.

**Вярвам в...** положителната нагласа и желанието за успех.

**България е добро място...** не само за живот, но и за правене на бизнес.

## ФИРМЕН ПРОФИЛ

Sofase е световен лидер в кредитното застраховане с над 70-годишна история. В световен мащаб в компанията работят над 4400 служители от 70 националности по света и осигуряват защита на продажбите на около 37 000 клиенти в над 200. Компанията е водещ доставчик на услуги за бизнес информация и управление на дълга в Централна и Източна Европа.

Кофас стартира своята дейност в България през 1994 г. с предоставяне на бизнес информация и услуги по събиране на просрочени вземания. През 2008 г. организацията създава застрахователен клон в България и така се превръща в единствения международен кредитен застраховател с директно присъствие в страната, същевременно предоставя богат асортимент от инструменти за управление на кредитния риск.

: ПРЕДПАЗЛИВА СЪМ  
: КЪМ РИСКОВИ  
: СДЕЛКИ И КЪМ  
: НЕОБМИСЛЕНИ  
: РИСКОВЕ В ЖИВОТА,  
: **НО НЕ ЗАБРАВЯМ,**  
: **ЧЕ РИСКЪТ Е И**  
: **ВЪЗМОЖНОСТ**



**ПАТЕНТИТЕ**

ПАК СА  
НА МОДА

## ИНДУСТРИАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ Е СЪВРЕМЕННОТО ОРЪЖИЕ В БИТКИТЕ ЗА ПАЗАРНО НАДМОЩИЕ

автор: **Татяна Явашева**

Осъдиха Qualcomm да плати 940 млн. долара на Black Berry заради нарушени патенти, Black Berry съди Nokia за нарушени патенти, Nokia съди Apple за нарушени патенти в САЩ и Европа, Apple ще трябва да плати 625 млн. долара заради нарушени патенти, Samsung ще плати 11 млн. долара на Huawei заради нарушени патенти, Oracle съди Google за 9,3 млрд. долара за нарушени патенти на Java, Apple трябва да плати 234 млн. долара на университета на Уисконсин-Медисън заради нарушени патенти... Това са все заглавия, които излизат при търсене в интернет на „нарушени патенти“. Подобна информация за България липсва и този факт засега ще оставим без коментар.

Безспорно по света патентите отдавна са мощното „оръжие“ в битките за технологично надмощие. Играта за завладяване на нови пазари и за разширяване на пазарното присъствие е безмилостно жестока. Тъй като става дума не за пари, а за много пари. А у нас само се говореше за ролята на патентите като технологично конкурентно предимство и се издаваха патенти, които в повечето случаи никога не стигат до някакво по-масово производство, а това на практика се оказва смъртна присъда за изобретението. Но новият програмен период предизвиква раздвижване. Еврофинансирането за иновации по оперативна програма „Конкурентоспособност“ изисква кандидатите да притежават патенти за изобретения или регистрации за полезни модели. Така патентите дойдоха на мода, а изобретателите изведнъж се оказаха ценна „стока“.

Към издаване на патент или регистрация на полезен модел е добре да пристъпват всички, които искат да блокират конкуренцията и да придобият изключителни права върху своите изобретения от всяка област на техниката. Това е интелектуална собственост, по-специално индустриална собственост, която е изключително ценен нематериален актив на технологично ориентираните компании. При придобиването на изключителни права за даденото изобретение притежателят има правото да го използва или да забрани на трети лица да го ползват. Той може да сключи лицензионни договори с инвеститори, ако няма ресурса сам да

произвежда продукта. Но ако документът ще е само за чест и слава и ще виси на стената, не е оправдано. Ако заявителят желае, може да получи патент за територията на България, но може и в чужбина – в зависимост от неговите пазари. Константин Тахтаджиев от патентно бюро „Инж. Костадин Тахтаджиев“ съветва още:



- Константин Тахтаджиев е регистриран представител по
- индустриална собственост в областта на патентите,
- търговските марки и дизайни и ръководи патентното бюро
- „Инж. Костадин Тахтаджиев“, основано от дядо му. Започва
- при него през 2007 г. като стажант и той го въвежда в тази
- „тънка материя“, а вече самостоятелно е поел кормилото
- на патентното бюро. Фокусира се главно върху изготвяне
- на заявки за патент и регистрация на полезни модели, РСТ
- заявки, валидизация на европейски патенти и патентни
- проучвания. Има бакалавърска степен по приложна
- математика и е магистър в специалност „Защита на
- информацията в компютърните системи и мрежи“ в СУ
- „Св. Климент Охридски“. Има богат опит също и във всички
- аспекти на търговските марки и дизайни. Патентните
- заявки при него са най-често в областта на механиката,
- електрониката и информационните технологии.



Срокът на защита при патентите е 20 години, считано от датата на подаване на заявката, но при положение че годишните такси се плащат ежегодно. При пропускане на една година патентът угасва. При регистрацията на полезни модели, т.нар. „малки изобретения“, срокът на закрила е максимум за 10 години, считано от датата на подаване на заявката. При първоначалната регистрация се получава срок на закрила от 4 години без необходимост от заплащане на годишни такси за поддръжка, след което има възможност да се поднови регистрацията за два периода от по три години, като се платят съответните такси.

Много от изобретателите нямат финансовата възможност да патентоват, затова и

### голяма част от заявителите не са изобретатели

Правото на подаване на заявка за патент или полезен модел принадлежи на изобретателя или неговия правоприемник в зависимост от постигнатите между тях договорни отношения. Изобретателят задължително трябва да е посочен в заявката. Но правото на патент принадлежи на заявителя. Прави впечатление, че напоследък заявителите са различни от изобретателите и това най-често са фирми.

Заявките за полезни модели стават все по-актуални в България и то главно заради възможностите, които еврофондовете дават. Активността по отношение на патенти

те намалява и все повече се смалжава, тъй като издаването им отнема доста време, преминава се през сериозна експертиза, докато при полезните модели регистрацията става по-бързо, без да се прави задълбочена експертиза за новост и изобретателска стъпка. Най-късият срок, за който сме получавали регистрацията на полезен модел, е 4 месеца. Но в момента Патентното ведомство е натоварено заради засиления интерес, провокиран от еврофондовете, и минималният срок вече отива към 9 месеца, а при патентите – над три години. Но всичко до голяма степен зависи и от това как ще се подаде заявката и дали документите, по-специално техническото описание и патентните претенции ще са изрядно подготвени, поради което силно препоръчвам ползването на услугите на регистриран представител по индустриална собственост. Изобретението трябва

### да притежава новост

и за да подадете заявка за патент, то не трябва да е пускано в производство. Но пусне ли се на пазара, се счита, че изобретението е станало общодостъпно. При полезните модели съществува 12-месечен период преди датата на подаване на заявката, в който то вече може да е произведено, без новостта да се опорочава, при условие че разкритието (в случая производството) е направено от заявителя или неговия праводател или пък от трето лице при очевидна злоупотреба по отношение на заявителя или неговия праводател. По отношение на патентите законодателят е значително по-рестриктивен и предоставя 6-месечен гратисен период преди датата на





подаване на заявката, който не влияе на новостта, при условие че разкритието е следствие от излагане на изобретението на официално призната изложба от заявителя. Затова трябва първо да се подаде заявката, за да се установи датата на подаване на тази заявка. Но докато не получите регистрацията, нямате изключителни права да забраните на конкурентите да използват в свои продукти това ноу-хау. Направена ли е регистрацията обаче, ако някой нарушава патентни права, той трябва първо да бъде предупреден. Ако нарушението не бъде преустановено доброволно, се задействат съответните процедури за нарушения по съдебен или административен ред. Има инструменти и подходи, чрез които притежателите на патентни права – в това число изобретателите или малките компании, са в състояние да защитят своя интерес и да спрат нарушителите. Ролята на патентите

### в големите корпорации

е видима дори чрез големите съдебни дела, чрез които се отстояват патентни права, има ли нарушение. Може би затова стартъпите идват в патентната кантора с намерението да направят патентна защита за целия свят, но като разберат каква финансова подплата трябва да има това, желанието се стеснява най-много до България. Очакванията им са за бърза регистрацията, а необходимостта да чакат поне три години най-често ги отказва.

Патентите днес са нематериален актив за бизнеса, който дава предимства в конкурентната надпревара. Това мотивира компаниите да са по-иновативни.

ОТ СОБСТВЕН ОПИТ

## Имитаторите да стоят далече от шоколада с рози

**Р**ецептата за шоколад с рози на Rosey's mark от началото на юни се ползва със защита като полезен модел. Това става 3 години след първата разработка, вдъхновена от сестрите Ина и Росица Паунови. Те заедно основават и управляват Rosey's mark, посветена изцяло на продукти с българската маслодайна роза. Идеята идва някак естествено и двете намират партньор в лицето на шеф-шоколатиер Ради Стамболов, с когото създават рецептата. Сега в неговата шоколадова работилница шоколадовите блокчета се произвеждат ръчно.

### Историята

Първият вкус – черен шоколад с рози с 54% съдържание на какао, е създаден през януари 2014 г. за празника на любовта Св. Валентин. Възторжените отзиви за продукта водят до разработването на млечния и белия вариант. Интересът към бутиковия шоколад е голям и логично това лакомство започва да привлича вниманието и



Шоколад с рози? Оригиналят е на Rosey's mark и е защитен като полезен модел от Ина (вляво) и Росица Паунова

на други производители на шоколад. Затова Ина и Росица вземат решението да защитят продукта, тъй като той е първият в категория шоколад с рози. „Тази регистрация е доказателство, че в България реално се създават иновации и забележителни продукти, в това число от малки семейни компании“, посочва Росица Паунова.

### Сила

При храните правата на иноватора са трудно защитими. Конкурентите лесно може да заобиколят патентованата рецепта и леко да я променят, за да излязат извън чадъра на защитата. Това обаче е важно за Rosey's mark при разпознаването на продукта като оригинал. Ина и Росица са убедени, че щом една фирма има патенти и иновации, това тежи в търговските отношения. Съветът им към всички с вкус към новостите в бизнеса е да разработят стратегия по защита на интелектуалната собственост, преди да са въвели и разпространили иновативния продукт на пазара. Защото защитата на шоколада с рози важи само за България, тъй като той е в продажба и териториалният обхват на закрила не може да бъде разширен извън страната. Освен това регистрацията не става бързо и докато се пусне на пазара, продуктът може да е загубил иновативната си стойност.

### Уроци

„Докато ние чакахме регистрацията като полезен модел, други фирми пробвах да правят имитации. При това положение агресивен конкурент може да завладее целия пазар, но такъв е рискът на малкия бизнес, който прави нещо голямо. Компаниите харчат солидни бюджети, за да си направят т. нар. палитра от защити на интелектуална собственост – патенти, полезни модели, дизайн, търговски марки и т. н. Но всеки трябва сам да прецени коя ще е по-добрата защита на неговата иновация: като патент или полезен модел, или да заложи на ноу-хау, което е фирмена тайна, пазена в самата компания. Но тайната може да изтече или продуктът да бъде копиран“, споделя Росица Паунова. Въпрос на преценка на всеки предприемач и на всяка компания е доколко си струва да се инвестира в защита на индустриалната собственост.

В Rosey's mark вече имат своите уроци и при следваща значима иновация може доста по-рано да предприемат стъпките за това, но знаят, че подобна крачка ще ги отдалечи от въвеждането на пазара с няколко години.

Обмяна на Валути

# ВАЛУТИ ЗА ВСЕКИ ВКУС

Атрактивни курсове за обмяна  
В клона до Вас



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



Решения за твоето утре

# МОЛЪТ, КОЙТО РАСТЕ БЪРЗО

ВАСИЛ ГЕОРГИЕВ И ВИКТОР ВИКТОРОВ  
РАЗКАЗВАТ КАК МУМАЛ СЕ РАЗВИ НА ТРИ  
ПАЗАРА И ПЛАНУВАТ ИЗЛАЗ НА ОЩЕ ПЕТ

автор: Яна Колева

**Е**лектронната търговия навлиза все по-уверено. Данните за миналата година сочат, че около 17% от българите пазаруват онлайн. На дъното на класацията веднага след нас е Румъния, където едва 12% от населението купуват през интернет, но пък като обем пазарът в северната ни съседка е далеч по-голям: 2 млрд. евро срещу 600 млн. у нас. Най-предпочитани за онлайн търговията в нашата страна са били дрехите и спортните стоки – те обхващат над 75% от поръчките. Именно в този сегмент е позиционирана една от успешните български компании MyMall, която развива онлайн платформа за облекло, обувки и спортна екипировка, засега в България, Гърция и Румъния.

## Развитие

Виктор Викторов и Васил Георгиев са основатели на електронната платформа MyMall, като в момента управляващите партньори са общо седем и всички са българи. Виктор Викторов завършва висшето си образование в City University of Seattle през 2011 г. По време на следването си разработва няколко web проекта, последният от които е MyMall. Васил Георгиев завършва висшето си образование в City University of Seattle през 2012 г., като известно време следва в САЩ и Централна Европа. Среща ги учебната скамейка в университета и те правят сполучливо бизнес партньорство. Усилията им дават високи резултати - не само по финансови показатели на управлението от тях онлайн магазин. През май тази година MyMall стана част от Endeavor - световната мрежа, която подкрепя динамичното развитие на предприемачеството.

## Фокус

MyMall тръгва като платформа, която на практика е онлайн мол с магазини под наем. Години по-късно този модел е успешно реализиран в САЩ от Shopify. В онзи момент обаче пазарът в България не е бил готов, намират наематели, но с тях има редица проблеми. Това ги кара да пресмислят концепцията си и самите те правят в платформата магазини за различен вид стоки. Така намират добре работещата ниша и започват да инвестират време, усилия и пари в този проект. Постепенно откриват верния път – изработват успешния бизнес модел, теглят банков кредит, ползват ОП „Развитие на човешките ресурси“, за да са в състояние да плащат заплати, и така 7-8 години след началото в компанията са над 120 души.

## Пазар

Работят в три страни на Балканите и вече добре правят разликата в потребителските нагласи и възможностите на

всеки от тези пазари. Различна е покупателната способност, като най-висока е в Гърция, а най-ниска – в България. Средната стойност на поръчките, които един клиент прави, в Гърция е два пъти по-висока, отколкото в България. Нашите южни съседи предпочитат по-скъпите брандове, друга е и сезонността на покупките там. Доставчиците на стоки са главно от Западна Европа, предстоят разговори с някои от големите местни играчи. Обмислят да се свържат директно с китайски производители, но това крие други рискове – трябва да се намери правилният партньор в Китай, времето за доставка е голямо, нужно е прецизно планиране.

## Експанзия

Правилата на точно този бизнес ги учат в движение. Гледат тенденциите по света, но най-добрият им учител се казва „проба-грешка“. Плануват излизането в скоро време на още пет пазара в региона – Чехия, Словакия, Словения, Хърватска, Унгария. Включването в нов пазар изисква да се намери подходящ местен персонал, което дава възможност за разбираема комуникация с потребителите. Клиентите в повечето случаи държат поръчката да приключи с разговор по телефона. По тези географски ширини предпочитан е наложеният платеж, което обаче носи неудобства за търговеца. Това според Васил Георгиев е причина големи световни играчи в онлайн търговията да нямат сериозни интереси към тези пазари. Но рано или късно наложеният платеж ще остане в миналото, вярва Виктор Викторов.

## Накъде

Асортиментът на предлагането ще се увеличава, без да се излиза от сегашния фокус на стоките. Финансовите резултати сочат, че общият обем направени поръчки на трите пазара през 2016 г. е 35 млн. лв., а печалбата е около 1,2 млн. лв. За тази година очакват ръст от 60%. Управляващите партньори на MyMall остават изцяло фокусирани върху развитието на платформата. Знаят, че стандартният път на успешните онлайн търговци е в даден момент те да бъдат погълнати от по-големи играчи, но на този етап пред тях е само предизвикателството да излязат на нови пазари. „Опитваме се да сме практични капиталисти“, уточняват Васил и Виктор.

Фондът за рисков капитал LAUNCHub и мрежата на Endeavor им помагат в развитието на бизнеса. Получават ценни съвети и ноу-хау, които ги предпазват от грешки. Днес управляващите MyMall имат все по-ясна визия за модела на успешния онлайн бизнес. Амбицията им е да са най-добри, за да станат лидери и на новите пет пазара, на които скоро ще стъпят.



Използваме най-съвременните технологии и методики, които макар и невидими за клиента на MyMall позволяват безпроблемно пазаруване и качествено обслужване, уверяват Васил Георгиев (вляво) и Виктор Викторов

### от Васил Георгиев и Виктор Викторов

1. Не се съмнявайте в начинанието, а действайте. Ако не започнете, никога няма да успеете.
2. За да излезете на пазара, не е нужно да имате перфектния продукт. Много компании в стремежа си да създадат съвършения продукт са пропуснали да хванат вълната. Дали продуктът е добър, преценяват клиентите. Не им ли го предоставиш, тъпчеш само в своите съображения, които често са твърде далеч от онова, което потребителите търсят. MyMall продължава да се развива в движение и пазарът ни сочи вярната посока.
3. Важно е като предприемачи да сте склонни да промените идеята си. Слушайте какво ви казва пазарът и какво клиентите очакват от вас.
4. Изключително важна е финансовата дисциплина. Парите, които бизнесът изкарва, са пари на бизнеса. Затова реинвестирайте в развитието на този бизнес.
5. Търсете инвеститор само ако това е нужно. Трябва да сте сигурни, че сте намерили правилния модел и да сте убедени, че привлечените средства ще бъдат разумно вложени в развитието. Ако моделът, който прилагате, не работи, ще наливате пари в пясъка. MyMall получи пари в момент, в който имаше финансова независимост и увереност, че е на прав път.
6. Предприемачите да са смирени, да са склонни да приемат критика и да се учат от съветите на другите.

# IMAGGA

## БИЗНЕС ЗРЯЛОСТ В GANGNAM СТИЛ

БЪЛГАРСКАТА КОМПАНИЯ ЗА РАЗПОЗНАВАНЕ И ОРГАНИЗИРАНЕ НА ДИГИТАЛНО СЪДЪРЖАНИЕ В ИНФОРМАЦИОННИ МАСИВИ ПРОБИВА НА АЗИАТСКИТЕ ПАЗАРИ

автор: **Мая Цанева**

Imagga е един от малкото български стартапи, които успешно преминаха към етапа разрастваща се компания (scale up). Това стана възможно благодарение и на факта, че от близо година Крис Георгиев, един от основателите на фирмата, навлиза в азиатския пазар в Gangnam стил – в сърцето на корейската столица. Компанията е част от програма, която насърчава международни фирми да стъпят на пазара в региона - Korea Startup Grand Challenge.

Срещам се с Крис Георгиев, Павел Андреев и Георги Къдрев, съоснователи на компанията, в един от редките моменти, когато всички физически са на едно място. По-късно Крис лети обратно за Сеул, където ще бъде до декември.

Imagga разработва платформа, която автоматизира обработването на изображения в облака, разпознава, организира и описва с ключови думи дигиталното съдържание в частни и публични дигитални масиви. Казано по-просто, технологията анализира снимките и успешно разпознава обекти или концепции, които след това описва като ключови думи. Това позволява лесно търсене на изображения.

Компанията успява да навлезе на американския и европейския пазар още като стартап. Около 30% от клиентите ѝ са от САЩ, а другите около 70% са разпределени между Европа и Азия. От 2014 г. насам фирмата работи паралелно в две направления – техническо усъвършенстване и създаване на добавена стойност за клиентите. „Често се налага да променяме технологията според нуждите на потребителя, за да повишим прецизността ѝ. Това е един от начините, по който добавяме стойност за големи клиенти, които имат специфични нужди. Точно в това е и силата на технологиите, базирани на машинно обучение“, пояснява Крис Георгиев, който се занимава с маркетинга на фирмата и разработването на азиатския пазар.

*Екипът на Imagga - Георги Къдрев, основател, управител и технически директор, Павел Андреев, основател, head of product, и Крис Георгиев, основател, бизнес развитие Азия (от ляво надясно)*

© Красимир Свраков

Появата на подобни продукти на конкурентни големи производители се оказва положителен стимул за „узряването“ на Imagga. „Например, Google излязоха с конкурентно на нашето решение, малко след това и Microsoft, Amazon и IBM, но това създаде повече информираност по темата за анализ на снимки посредством използването на изкуствен интелект. Индиректно това доведе и до по-голямо търсене на нашето предложение. Ние бяхме една от първите компании, които започнаха да предлагат такъв тип услуга, и хората продължават да ни разпознават. Видяхме кои модели работят, как да продаваме по-добре, какви са проблемите. Изчистихме стойностното предложение“, допълва техническият директор Георги Къдрев.

Imagga се насочва към корпоративни клиенти, които разполагат с огромни масиви от дигитално съдържание. „С някои клиенти напредваме бързо. С други виждаме, че понякога между първия контакт и реалното сключване на сделката може да мине повече от година. За 8 месеца имаме 100% ръст на приходите. Но все още е рано да се възприемаме като разрастваща се компания, а не като стартап,“ обяснява Къдрев.

Крис допълва, че са в процес на затваряне на няколко сделки в Азия, но това е само първата стъпка в навлиза-





нето на този необятен пазар. „За да бъдеш развиваща се компания, е необходима много сериозна инвестиция, пазар с много голям потенциал – едно е да имаш продукта, друго е да има на кого да го продаваш, и третото е да имаш много добър търговски екип. Идеята да отидем в Корея беше в известна степен опортюнистична, решихме, че е добър пазар“.

Но ако в САЩ е достатъчно да имат бизнес представителство, а Азия това не е така. „За част от пазарите процесът на сключване на сделка е много различен от този тук, в Европа. Ще ви дам пример - наехме служител в Корея, за да ни представлява. Той презентира вместо мен на едно събитие – справи се много добре, хората имаха много въпроси, които обаче са секнали в момента, в който са го питали дали той е основателят или е търговски представител“, разказва предприемачът.

Imagga е първата българска компания, една от 40, избрани от общо 2500, които влизат в програмата на Korea Startup Grand Challenge миналата година. Целта е фирмите да тестват продукта си, да създадат партньорства. Крис разказва, че пазарът е голям и интересен. Той дава за пример как в метрото можеш да видиш хора на по 80 години, които обменят приложения и разискват предимствата на

някое ново такова. „Аз се забавлявам с моя дрон и идват някакви възрастни хора и ме питат за конфигурацията му - не какво е това, а колко лети, колко му държи батерията. Неща, които тук за нас са абсолютно немислими“, пояснява предприемачът.

Той допълва, че колкото корейците да са консервативни в ежедневиите търговски операции, толкова не се притесняват да правят бизнес на места, традиционно определяни като много рискови страни. „В Азия е много важно да имаш препоръка. Да имаш първи клиент, да имаш клиент с име. Оттам насетне нещата се случват малко по-лесно“, завършва Крис.

Затова и предприемачът учи корейски и как да прави бизнес по нов начин. Гледа към Япония и Китай. „Република Корея е много добре свързана с всички азиатски страни – например с Япония и Китай, които са супер икономически сили. Повечето стартъпи имат някакъв комплекс да отидат директно в Китай. Разбирайки начина, по който се прави бизнес в Южна Корея, добиваш малко повече кураж и знания как да пробиеш на пазарите в тези три огромни икономически сили“, пояснява Крис. Той говори с ентузиазъм за начина, по който Южна Корея е успяла да направи икономически бум и да остане неподвластна на Китай и Япония.



*В България е по-лесно за стартър компаниите, а развиващите се компании трябва да търсят подкрепа в чужбина, казва Крис Георгиев*

Така естествено стигаме и до темата за това как България може да стане „регионален хъб за предприемачество и иновации“. Дали има същия шанс като Корея?

„Държавата създава условия и конкурентно предимство на корейските компании вътре в страната да създават продукт. Като отидеш в Корея, в Китай, всеки един град, област, има нещо като шоурум, в който показва с какво е силен и се е специализирал. Кои са нашите приоритетни индустрии? Според мен в България за момента е по-лесно за стартър компаниите. За развиващите се компании подкрепа няма. Трябва да я търсиш в чужбина, и то не в Централна и Източна Европа, поне на този етап“, обяснява Крис.

Георги допълва, че съществува „дупка“ в системата между етапите, когато получаваш първоначално финансиране от стартър акселератор, и момента, когато ти трябва средства да произвеждаш за големия пазар. „Чисто статистически шансът за успех на един стартър, т.е. компанията да направи нещо повече от това просто да стои 10-ина години в някакво неопределено състояние, е около 10%. Според мен в България има недостатъчно вкарана сила и енергия за подкрепа на бизнеса, особено от гледна точка на последващо инвестиране. За разлика от екосистемата в САЩ, където това е буквално индустрия с точни параметри. Тук по-скоро се опитваме с няколко десетки или няколкостотин хиляди долара да правим биз-

нес, който да е конкурентен на световно ниво. Има много добри професионалисти, които нямат визия за продукт, за пазар“, допълва предприемачът.

Корейският опит разширява и фокуса на проектите на компанията. Още преди да влезе в програмата на K-Startup Grand Challenge, фирмата работи по рекламна кампания на корейски автомобилен производител. Тогава откриват възможности в нов сектор, в който могат да профилират хора и обекти на база на снимки. Заедно със Сеулския университет работят по експериментална инсталация, която проверява дали боклукът е правилно сортиран - т.е. дали хартия, пластмаса, метал и стъкло се изхвърлят отделно.

Днес основното технологично предизвикателство е в посока специализация в други области - например разпознаване на храни. „В азиатския свят храната е издигната на пиедестал. В известна степен достъпът до локални данни е процес, който се улеснява, когато имаме физически представител. Това ни помага да пробием на местните пазари“, казва Георги.

Завършваме с традиционното: „Какво следва след Корея?“. „Светът не е кой знае колко голям, територията му сравнително лесно се покрива. Имаме потребители от над 80 страни и реални плащащи клиенти от над 50. Целим да увеличим размера на сделките, които правим“, казва Крис и тръгва към Сеул, в който бизнесът е Gangnam стил. ■



Mr. & Mrs. ИКОНОМИКА  
2017

*Форумът на успешните  
бизнес лидери*



# ЗЕЛЕНИ ИНОВАЦИИ

автор: **Мая Цанева**

**Т**АНГРА - АВ спечели наградата на Конкурса за иновативно предприятие 2016 в област „Зелена иновация“ за дългогодишната си работа по собствена гама от енергоспестяващи вентилационни системи с възстановяване на енергията до 94%. Фирмата е семейна и е основана през 1989 г. Наследник е на частната търговска компания отпреди 1944 г. „ТАНГРА - Лазар Армянов“. Днес традицията продължават Юлий и Виктория Армянови, както и техният син Иван.

Прохлада с идеална температура в летния зной. Какво друго да очакваш от офиса на компания, която осигурява чист въздух и прохлада в сгради вече 28 години...Разговарям с Юлий и Иван Армянови от ТАНГРА – АВ за семейния им бизнес, основан на „рационализацията“ на вентилационните системи с цел енергоспестяване. Тя се превърнала в „иновация“, а днес изпреварва нормите за ефективност в Европейския съюз.

Юлий и Виктория Армянови стартират компанията през 1989 г., защото „е редно човек да се опитва да създава нещо, вместо да мрънка“. Бизнес началото е трудно, но е положено с инженерно образование. „Първият мейлинг, който направихме, беше през 1991 г. Изпратихме по пощата индивидуални покани за енергийно обследване до 50-60 потенциални клиенти, написани на машина. След около 2-3 седмици получихме пак по пощата потвърждение с интерес. Резултатът, макар и бавно, дойде“. Днес дружеството притежава две производствени предприятия с обща застроена площ от 8000 кв. м, а екипът наброява повече от 150 души.

„Когато през 1994 г. стартирахме производство на рекуператори въздух-въздух (енергоспестяващи вентилационни системи с възстановяване на енергията – б.а. ), бяхме първи на Балканите. В Париж през 1998 г. видяхме, че за Франция и Белгия това беше новост, а ние вече 4 години ги продавахме“, пояснява инж. Юлий Армянов, управител на компанията.

Синът им Иван израства в офиса на фирмата. Както баща му си припомня, когато открили първия си магазин, неговата глава едва се подавала над щандовете. По-късно, като тийнейджър, влиза в бизнеса от най-ниското ниво - хамалин в склада. Завършва образованието си във Великобритания и се връща да работи за компанията. Днес той е търговски директор.

ТАНГРА – АВ е семейна фирма с история, която произвежда вентилационни системи, отличени като иновация в Конкурса за иновативно предприятие 2016. Питам баща

ТАНГРА - АВ  
РАЗРАБОТКА  
ЕНЕРГОСПЕСТЯВАЩИ  
ВЕНТИЛАЦИОННИ  
СИСТЕМИ С  
ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ НА  
ЕНЕРГИЯТА



*Юлий и синът му Иван – две поколения начело на компанията*

и син Армянови как се „отглежда“ и поддържа една иновация. „Още преди да основа фирмата, се занимавах с икономия на енергия във вентилационните системи. Това, което се опитвах да подсказвам или да внедрявам, се казваше „рационализация“. После е станало „иновация“. Това няма значение. Нещо, което не е достатъчно известно или недостатъчно прилагано, а носи полза, дали се прави от една стартираща компания или от фирма с натрупан опит, едва ли е най-важното. В края на краищата, иновацията би трябвало да носи полза на обществото“, казва Юлий Армянов.

Синът му допълва: „Реално големи революции не могат да се правят, защото бизнесът е общо взето структуриран. Ние не сме уникални. В момента, в който видим, че някъде има възможност за подобрене, се опитваме много бързо или да настигнем, или даже малко да изпреварим. Спрямо нормативната база, която има изисквания за енерговъзста-

новяване 67-73% ефективност, ние постигаме над 80%, т.е. ние сме изпреварили нормата. Нашите системи не само са енергоефективни и помагат за намаляване разходите на собственици на сгради, но и намаляват консумираната енергия и подобряват микроклимата.“

Двете поколения на семейството управляват фирмата, като съчетават инженерното образование на родителите с икономическите познания на сина. Юлий Армянов пояснява, че се стремят към общ правилен подход, който да води към повече доволни клиенти. „Определено младите мислят по друг начин. Може би ние бяхме малко по-консервативни. Може би всичко става в много различни и бързи темпове“.

Първият проект на фирмата е бил за пълен инженеринг за лъярен завод в Долна Оряховица. Едни от последните проекти са небостъргач на бул. „Цариградско шосе“ с раз-



гъната площ над 35 000 кв. м, с най-висок клас на енергийна ефективност и сертификат BREAM. „Съвместно можем да правим енергоефективни сгради, които да носят повече ползи за инвеститора; за ползвателя на сградата, като има по-малки експлоатационни разходи; и не на последно място за обществото, като намалим въглеродните емисии на сградния фонд. Иновацията, за която ни наградиха в Конкурса за иновативно предприятие, е част от европейската нормативна уредба (27/2012/ЕС). След 31 декември 2020 г. е задължително всяка обществена сграда над 250 кв. м (детски градини, училища, болници, поликлиники) да има такава инсталация. Много от инженерите, строителите, директорите, собствениците и държавната администрация нямат информация за това“, пояснява Иван Армянов.

Юлий Армянов допълва, че капиталното вложение за високоефективна техника е по-голямо, но на втората или третата година клиентите са си изплатили инвестицията от по-малките разходи за енергия. „Имах приятел, професор в Техническия университет, който разказваше, че човек оти-

използваха за промоция на продуктите ни. В България инвеститорите не разбират ползата от технологията - те най-често търсят по-ниската цена“.

И за двамата ми събеседници една от най-интересните теми се оказва „Лесно ли намирате кадри?“. Бащата казва, че едни от най-трудните емоционални моменти в работата му са били, когато му се е налагало да освобождава служители по време на кризата след 2008 г. Днес компанията изпитва недостиг на квалифицирани кадри. „Ние подготвяме кадри съвместно с Техническия университет. Нашето първо условие е на човека да му се работи и да иска да се развива. И пак нямаме кой знае какъв успех,“ казва Юлий Армянов. Синът му допълва, че вероятно и заблудата, че в чужбина заплатите са много по-високи, а тук - ниски, демотивира кандидатите. „Ние, като представител на много големи европейски фирми за България, сме сравнявали заплати на индустриални работници в производство, както и разходите за живот в Испания, Швеция и Италия. Разходите за живот и данъците „изяждат“ разликата и животът



ва в една сграда и около минута-две гледа една красива фасада. Преживява 8-9 часа вътре и на излизане пак може да погледне красивата фасада. В тези 8-9 часа той живее в микроклимата, който ние сме създали. Не само в България, в целия свят има нужда от малко повече внимание върху климата в сградите. Това е съществена и обективна предпоставка за развитие на бизнеса. Нашата цел е да създаваме индустрията на България“.

Иван Армянов допълва, че българският клиент гледа скептично на иновациите и като цяло на новите технологии, затова и резултатите изискват време. Дава пример с реакцията на партньорите им, когато компанията е наградена в Конкурса за иновативно предприятие. „Повечето от партньорите ни в Европа се зарадваха на тази награда и я

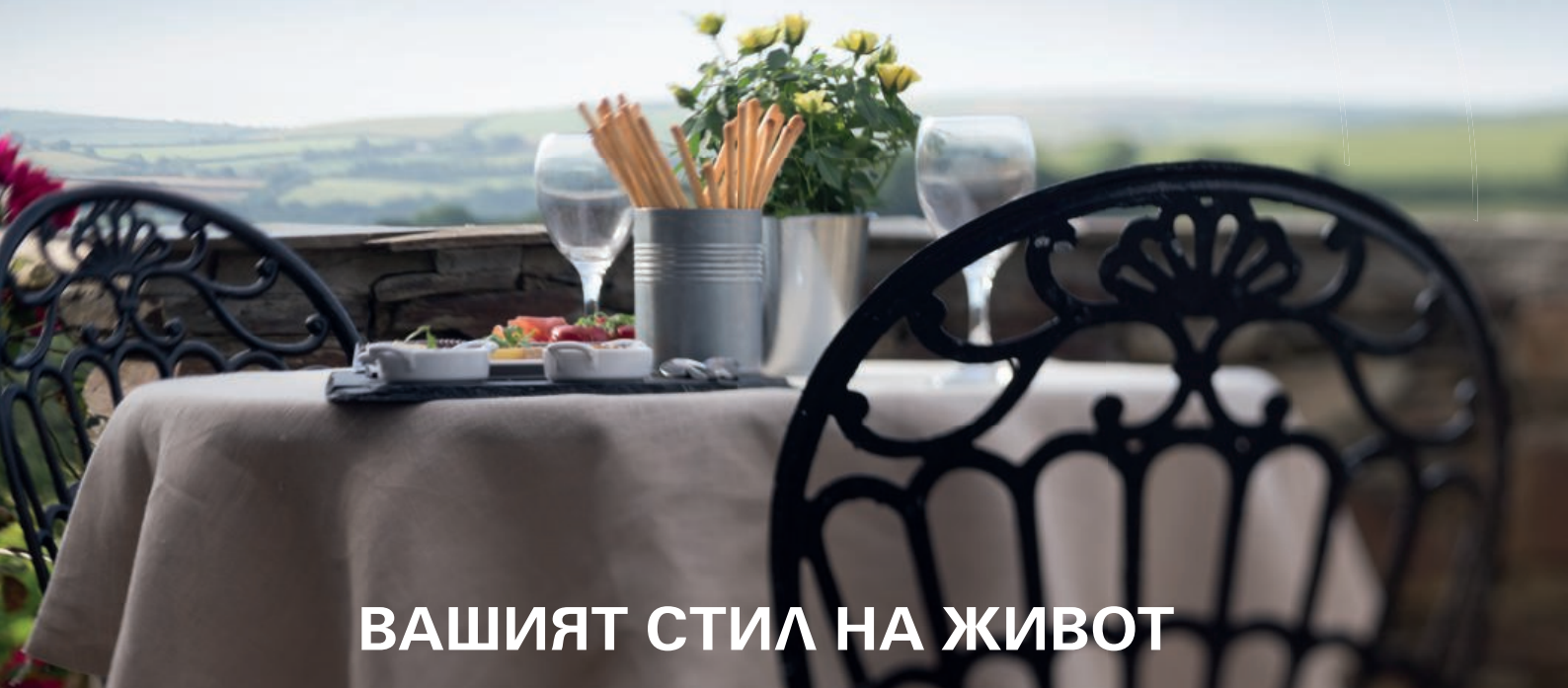
навън не е по-добър. Имаме служители, които се върнаха след няколко години работа извън България“.

В края на разговора ни питам предприемачите за какво мечтаят. Какво е третото ниво след рационализацията и иновацията?

Юлий Армянов споделя, че иска постепенно да остави бизнеса в ръцете на сина си и да пътува повече. Иван Армянов разказва как някога неговият дядо е създавал фирма и я е нарекъл „ТАНГРА“. След 1945 г. тя била национализирана и неговият баща я възстановява през 1989 г. „Мечтата ми е някой ден да предам фирмата и на своите деца, за да продължат бизнеса по-добре, отколкото ние двамата“.



# КРЕДИТНИ КАРТИ DINERS CLUB INTERNATIONAL



## ВАШИЯТ СТИЛ НА ЖИВОТ

Заявете Вашата кредитна карта Diners Club International във Fibank:

- с по-ниска лихва\*
- без месечна такса\*\*
- без такса за теглене от банкомат в България и чужбина\*\*\*



\*Промоционална лихва за първите 12 месеца от издаване на картата.

\*\*Без месечна членска такса за първите 12 отчетни периода.

\*\*\*Без такса за теглене от банкомат, за първите 3 отчетни периода от издаване на картата.

Промоционалните условия са валидни за новоиздадена основна или допълнителна лична револвираща кредитна карта от следните видове: Diners Club Classic, Diners Club International First Lady розова и Diners Club International First Lady червена, които са заявени в периода 01.08.2017 г. – 31.10.2017 г., включително.

Пълните условия на продукта и промоцията можете да научите на [www.diners.bg](http://www.diners.bg), [www.fibank.bg](http://www.fibank.bg), \*bank (\*2265) или във всеки офис на Fibank.

# FINDMECURE

## ИДЕЯ ЗА МИЛИОНИ

автор: **Мая Цанева**

**М**ая Златанова има идея и цел за милиони. Тя е изпълнителен директор на FindMeCure - онлайн платформата за клинични изследвания. Проектът започва като лична битка за откриването на клинични изследвания, подходящи за оздравяването на сестра ѝ, и се развива като платформа, която е колкото глобална като възможности, толкова и нишова като професионална област. Тоест нещо като „мисли глобално, действай сам“, ако ми позволите да перифразирам.

Как се прави бизнес в медицината? Как се балансира между интересите на пациентите, лекарите и учените? Има ли Сократова клетва в експерименталната медицина? Едва успях да задам въпросите си към Мая, докато тя балансира в Лондон между работата по FindMeCure в Techstars London Accelerator 2017 и грижите за едногодишната си дъщеря.

„FindMeCure започна с лична история. Исках да намеря клинично изпитване за сестра си и установих, че е супер трудно и времеемко. Реших, че платформа за пациенти, търсещи достъп до иновативни лечения, би дала надежда и спасение на много хора и техните близки“, започва тя. По това време Мая създава обучения на медицински специалисти в областта на клиничните изпитвания, но това не прави търсенето по-лесно. Оказва се, че експертите и пациентите често говорят на „различни“ езици, макар и да имат общи интереси. Идеияният проект е оценен като начинание, което може да промени живота на поне 1 млн. души по света и става финалист в програмата на Singularity University. Мая не стига до Силициевата долина, но се научава как се презентира успешно идея. „Признанието ме накара да осъзная, че не е просто идея, а реален проект, който може да помогне на всички ни“.

FindMeCure стартира през 2016 г. с екип от съдружници - Ивайло Йосифов, Мирослав Вълчев, Иван Иванов, с които се познават от над 10 години и имат „еднакви принципи и виждане за живота“. За тях основното предизвикателство е да правят „хуманен бизнес“ в win-win ситуация за всички. „Една от причините да се съберем е именно, че както те, така и аз, не търсим на всяка цена бизнес. Стремим се към ефективност спрямо пациентите и индустрията. Поставяме пациента и неговите интереси на първо място. И за да предоставим услугите си безплатно, намираме начини да създаваме стойност и за индустрията“, пояснява Мая.

Платформата е стартиращо предприятие в нишова

сфера. Макар и да е оценено като проект, който може да промени живота на 1 милион души, то не е уникално, но „ако търсите иновативно лечение за дадена болест/състояние в интернет, ще попаднете на нашия сайт“. Както казва събеседничката ми, „всеки има различен подход“. Този на FindMeCure цели всеки, който мине през платформата, да получи подкрепа и помощ.

Платформата има над 50 000 отворени клинични изпитвания. Тя предлага списък от най-подходящите по индикатори като възраст, локация, пол и други. Екипът предоставя информацията по по-осмислен и лесен начин за потребителя, както и допълнителни детайли за това как потребителят да се ориентира, за да направи по-информиран избор. Това е част от иновацията, която платформата прилага. След като пациентът избере клинични изпитвания, кандидатства чрез платформата и до ден-два може да получи обратна връзка и при интерес да се включи в изпитването.

Мая пояснява, че познаването на спецификите на клиничните изпитвания е много важно, когато се търсят варианти за лечение. Например много от хората не знаят, че клиничните изпитвания имат четири основни фази. В последните две леченията имат много малко рискове и са доказали, че работят, но заради регулаторни изисквания не са допуснати до пазара за още 2 до 5 години. „Някои хора нямат толкова време. Подпомогнахме клинично изпитване за първото лечение на гръбначно мускулна атрофия при деца, което обикновено води до смърт. Потърси ни майка на 2-годишно момиченце от Сърбия. Оказа се, че там не се провежда даденото изпитване. Наложих се да се обадя на най-голямата шефка на фармацевтичната компания с център в Швейцария. Надявам се детето да получи лечение и да оздравее“, пояснява събеседничката ми.

Светът на медицината привлича Мая, макар че е дипломиран географ и историк. „Винаги съм знаела, че искам по един или друг начин да допринасям за това хората да са по-здрави, защото това е първото условие, за да допринасяме за човечеството. Всяка една идея, за да бъде реализирана, изисква ресурси. Нито класическият, нито който и да е било бизнес е лесен, а като цяло в живота лесни неща няма. Ако има, то те са скучни и водят до живот без цел“, казва тя.

Мая и екипът ѝ не са боси в правенето на бизнес. Работата в компанията за обучения за специалисти в клинични-

⋮ **ОНЛАЙН ПЛАТФОРМАТА ЗА КЛИНИЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ Е ЕДИНСТВЕНИЯТ**  
⋮ **БЪЛГАРСКИ СТАРТЪП, КОЙТО УЧАСТВА В АКСЕЛЕРАТОРСКАТА**  
⋮ **ПРОГРАМА TECHSTARS LONDON ACCELERATOR 2017**



© Личен архив

**Мая Златанова** е съосновател и изпълнителен директор на FindMeCure - онлайн платформа за клинични изследвания. Преди две години идеята за бизнес проекта ѝ е отличена от Singularity University като такава, която може да промени живота на поне 1 милион души по света. Тази година FindMeCure е единствената българска стартираща компания, която участва в шестата акселераторска програма Techstars London Accelerator 2017. LAUNCHub Ventures влиза в проекта с 300 хил. долара, а Techstars - със 100 хиляди.

Мая Златанова с Ивайло Йосифов (вляво) и Мирослав Вълчев

те изследвания я учи „да прави всичко, защото няма друг избор“. Тя не страда от „звездоманията“ на част от стартиращите предприемачи. Събеседничката ми търси възможности да постига целите си от малка. За нея „това да си предприемач е повече начин на мислене, отколкото цел“. Тя тренира и танцува, за да има възможност и да пътува по света. Днес заменя спорта с разходки в парка, докато слуша уебинари.

Дали предприемачите са явление? „По-скоро се различаваме по това до каква степен си готов да рискуваш комфорта си. Всяка фирма трябва да има ясна идея за бизнес модела и пазара, в който се намира. Но най-важното е кои са създателите на фирмата, техният опит и гъвкавостта им“, пояснява тя.

Благодарение на този подход към бизнеса, Мая и съдружниците ѝ стават част от програмата на Techstars London Accelerator of 2017, без да възприемат това като но-

вина. Тя деликатно отбягва темата за дамската доминация в управлението на компаниите в тазгодишната селекция на акселератора – в 7 от общо 11. „Кандидатствахме и 10 интервюта по-късно ни приеха. Бизнесът си е бизнес, а и отдавна няма реално разделение. Това, което ни обединява, е, че сме решителни и поемащи рискове“.

FindMeCure получава ежедневно много запитвания. Предлага клинични проекти с лечения с йога, фитнес тракери, медитация. Търси възможности за лечение на тежки заболявания, но тези, свързани с психичното здраве, представляват най-сериозно предизвикателство, защото най-трудно се разбират от обществото. „Мечтата ми е да няма неизлечими болести, по-скоро да се намери лек за всяко едно заболяване, който да бъде достъпен за всеки. Мечтая да помогнем на една индустрия да оптимизира процесите си. Да създадем фирма, където да работят хора, които искат да помагат на други хора и използват талантите си за това“, казва тя и продължава по пътя не за един, за първия си милион.

# БЪЛГАРСКО ВИНО? СТРУВА СИ

СТАРТЪЛ 64



© Николай Шидеров

- ⋮ ОНЛАЙН ПЪТЕВОДИТЕЛЯТ ЗА ВИНЕН ТУРИЗЪМ В
- ⋮ БЪЛГАРИЯ [WINETOURS.BG](http://WINETOURS.BG) НА ГЕРГАНА ТОДОРОВА
- ⋮ МИНА ПРЕЗ СИТОТО НА CSR DEMO DAY



**Ч**есто важните за нас неща са пред очите ни, но не може да ги различим и трябва да обиколим света, за да ги открием. Израснах в лозаро-винарски регион и като малка се налагаше да помагам на дядо ми при приготвяне на домашното вино, но го правех с неохота. Нещата се завъртяха така, че сега съм свързана с виното, като има известна разлика: вече го правя с истинска страст, казва Гергана Тодорова. Нейният предприемачески проект - първият онлайн пътеводител за винен туризъм в България [winetours.bg](http://winetours.bg), бе отличен на CSR Demo Day, организиран от CEED България в началото на юли. Наградата е бизнес пътуване в Швейцария за обмен на опит през септември.

## Летящ старт

Гергана попаднала в Южна Франция и там се зародил нейният интерес към виното. Живяла сред хора, които ценят виното. Те искали да им разказва за България, интересували се от нашето вино и недоумявали, че може да сме добър производител на вино, а те не са чували за нас. Така тя разбрала, че чужденците трудно стигат до информация за обектите в България, които предлагат винен туризъм. Не почувствала Южна Франция като своето място за работа и живот и се завърнала. В края на 2009 г. създаде сайта [winetours.bg](http://winetours.bg), но проектът изпреварил своето време. През 2014 г. решила да направи важна стъпка към виното и получила специализирано образование в Лондон, така станала притежател и на WSET Advanced Certificate. Посетила много изби в България и Европа и е на „ти“ с темата за виното и възможностите за винен туризъм.

## Път

Гергана Тодорова е родена в Пловдив. Завършила макроикономика в УНСС. После заминала на обмен по програмата „Еразъм плюс“ в Дания, а съдбата я отвела в Южна Франция. Там се гмурнала в непозната за нея култура, научила и френски език. Най-неочаквано и за самата нея бил провокиран интересът към опознаване и популяризиране на виното и винената култура. Върнала се в Пловдив - град, силно свързан с производството на вино, и тръгнала по своя път на сближаване с виното. В Аграрния университет в града през 2016-а завършила магистърска програма по управление на туризма, за да допълни виненото образование.

## Хоризонт

В началото производителите гледали скептично на [winetours.bg](http://winetours.bg), но с времето доверието нараствало и постепенно сайтът се превърнал в надежден онлайн пътеводител за винен туризъм в България, който обединява все повече винарни, отворени за посещения. Засега Гергана е фокусирана върху изграждането на информационна мрежа, която да насочи интереса към винения туризъм в страната. Следващата стъпка ще е организирането на винени турове, но това ще стане, когато вече се създадат подходящите условия. Виненият туризъм не е масов, но създателката на [winetours.bg](http://winetours.bg) вярва, че има начин интересът към него да расте и все повече чужденци, а и българи

да пътуват с такава цел из нашата страна. Все още тя сама развива винения пътеводител, но планива скоро екипът да се увеличи.

## Рекламата продава

Никои чуждестранен турист не би пристигнал в България, за да посети само една винарна. Той би дошъл заради няколко изби в даден винен регион, за да опита различни вина и да получи вълнуващи преживявания. Но винопроизводителите бавно узряват за идеята, че добрата реклама продава, че си струва всеки винен регион да популяризира своите възможности и всяка изба да търси начин да се представи пред по-широка аудитория, за да привлече интерес към своите продукти и своите предложения за винен туризъм, сочи опитът на Гергана Тодорова.

## Мисия възможна

Увереност, че развитието на винен туризъм чрез онлайн пътеводител е мисия възможна в България й дава срещата с почитателите на виното. Доскоро тя е поддържала своя енотека в Пловдив, а сега се изявява като сомелиер в други обекти в града, в които се организират дегустации за туристи. Те получават вярна представа за българското вино, а когато останат очаровани, интересът у тях се засилва – искат да опитат повече, да видят и да научат още за виното. Според Гергана малките и средните винопроизводители имат най-силна ангажираност към винения туризъм. Всеки от тях има своята лична история, която дава своеобразен привкус и на самото вино. Онлайн пътеводителят може да ни отведе в Сакар - малката планина между долините на Марица и Тунджа, където са раснали поколения винари през последните шест хиляди години. Там може да се срещнем с Камен Коев от Лясковец, озовал се в Сакар преди повече от десет години, воден от своето любопитство и желание за професионална изява. Неусетно се влюбил - не само във виното, но и в терозара на Южен Сакар, и останал. Със свои приятели създал винарската изба „Вила Басареа“. Запленен от тракийската история, той може дълго да разказва за виното в културата на траките.

## Ниша за бизнес

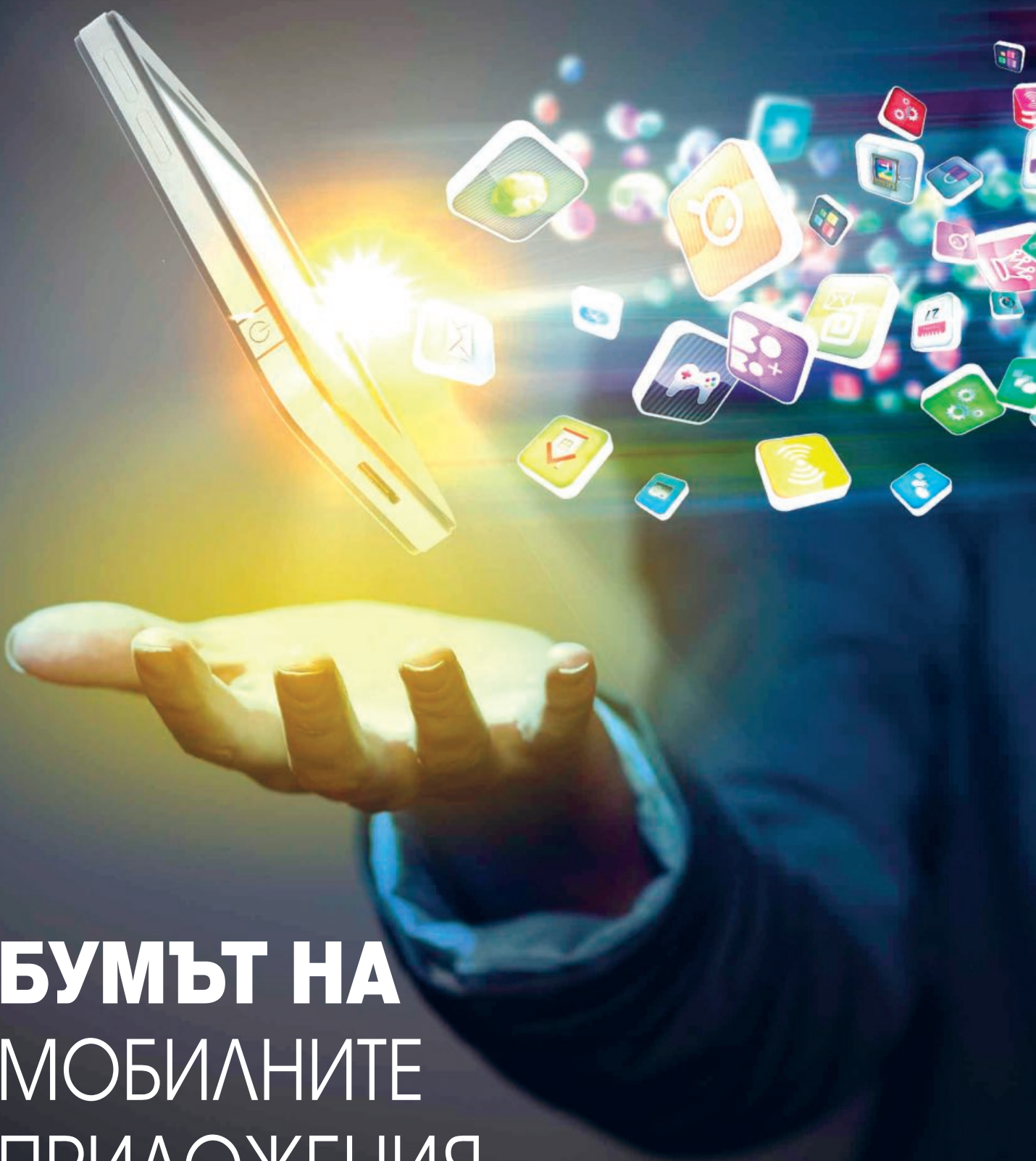
С увеличаване на обектите в пътеводителя и с подкрепата на винопроизводителите бизнесът, свързан с тази платформа, ще расте, тъй като и финансирането ще се увеличава, вярва Гергана. Засега тя няма преки конкуренти, които да развият онлайн винен пътеводител. Сайтът вече има история, разпознаваем е, трупа доверие и излиза на първите места в търсачките. Винената квалификация, която Гергана Тодорова има, го прави по-професионален.

Все повече хора започват да оценяват досега с истинските неща, те искат да съхранят онова, което все повече губим – връзката с природата и живот, вплетен в традициите. „В България има ниши за бизнес и неразвит потенциал и затова си струва тук да развиваме своите предприемачески проекти. Ако сме упорити и търпеливи, добрите замисли ще се осъществят“, вярва създателката на [winetours.bg](http://winetours.bg).

## ЗАЩО ДА ИЗБЕРЕМ ВИНЕН ТУР

- Интересът към българското вино не се заражда в избите, а води туристите към тях.
- В основата на винения туризъм е виното, но то е малка част от цялото преживяване по време на всеки тур.
- В разговорите с производители и енолози ще получите ценно знание за виното и всичко, което съпътства неговото производство.
- Незабравима остава срещата с местните традиции и история, с местната кухня.

# БУМЪТ НА МОБИЛНИТЕ ПРИЛОЖЕНИЯ



## БЪЛГАРИЯ Е СЛАБ ПАЗАР, НО ИМА МНОГО НАШИ РАЗРАБОТЧИЦИ, КОИТО НАМИРАТ ВЕРНИЯ ПЪТ КЪМ УСПЕХА ЗАД ГРАНИЦА



автор: **Тони Григорова**

Глобалният пазар на мобилни приложения ще достигне 6,3 трлн. долара до 2021 г., което е ръст от 380% над генерираните 1,3 трлн. долара през 2016 г. Това сочи анализ на компанията App Annie, която следи пазара и развитието на мобилни приложения. Огромният скок се диктува от факта, че все повече хора притежават смартфони, използват все повече приложения и прекарват все повече време в тях. Онлайн търговията през мобилни приложения е най-големият двигател на растежа на икономиката, зависима от интернет. Китай и Азиатско-Тихоокеанският регион в момента са лидери в това отношение.

### Къде сме ние

В нашата страна ситуацията е своеобразна. „Пазарът на мобилни приложения не се случва в България и няма как да го следим, дори и да имаме желание“, реагират от независимата агенция за пазарни и бизнес проучвания CBN-Pannoff, Stoytcheff & Co. На практика българският пазар на мобилни приложения е твърде малък, той се ограничава до 4-5 приложения. Тепърва ще трябва да се появяват услуги извън Facebook, e-mail и Viber. Работи се доста в тази насока, тъй като нашите софтуерни компании са изключително добри в познаването на технологиите и в тяхното прилагане. Тук по думите на Стефан Лилев, съосновател и технически директор на „Флипс Мадиа“, има два вида разработчици на приложения. Едните традиционно правят софтуер по поръчка на друг бранд, като това е част от продукт или е цялостен продукт. Но все повече български компании се ориентират към мобилни приложения собствена разработка, насочени основно към външния пазар. Обикновено това са стартапи,

които имат добра идея. В началото тръгват сами и като по правило на ранен етап търсят финансиране, генерирайки начален интерес, просто за да осъществят разработката. Подкрепата най-често е от двата фонда LAUNSHub и Eleven, те дават минимален капитал, достатъчен да се направи завършен продукт, с който да тестват идеята си на реален пазар. Така например мобилното приложение Cinexio, чийто хърватски екип беше подкрепен с инвестиция от Launchub, бързо се наложи сред най-предпочитаните киноголдове в България и на редица други пазари. Затова в началото на годината бяха придобити от голяма германска компания за киноразпространение на цифрови филми.

### Тест

Създаде се усещане, че разработването на мобилните приложения е златна мина, но скочат ли в огъня, и най-надъханиците виждат, че не е никак лесно. Факт е обаче, че все по-динамично ще става бъдещето на мобилните приложения и доста повече идеи в този тип продукти ще намират път до пазара.

Но наистина мобилните приложения дават много нови функционалности на телефона. Очаква се това да става по атрактивен начин, за да провокират желанието на потребителите да ги използват. Но докато намерят пазар, ще се мине през много предизвикателства и това е приключение, за което стартопът трябва да е готов. Ще трябва да се вложи много мисъл, енергия и ентузиазъм. На всеки етап трябва да се тества. Това, че на екипа нещо му изглежда разумно, съвсем не означава, че потребителите ще го приемат така, предупреждава Стефан Лилев. Според него е нужно да имаш страхотна идея, която сама по себе си създава пазар,



**Достатъчно е да имате страхотна идея, която сама по себе си създава пазар, а не готов продукт, на който да се търси пазар. Другият подход е, когато имате идея за продукт, да я разработите и да тествате. Според реакцията на потребителите се прави развитие и надграждане.**

*Стефан Лилов,  
съосновател и  
технически директор  
на „Флипс Медиа“*

а не готов продукт, на който да се търси пазар. Това обаче се случва рядко и вероятно се дължи на визионерски поглед върху средата и времето, както и на необходимата доза късмет. Другият подход е, когато имаш идея за продукт, да я работиш и да тестваш. Според реакцията на потребителите, се прави развитие и надграждане.

### Път към пазарите

Излизането на глобалния пазар е трудна стъпка. Затова екипът трябва да определи къде идеята би била най-добре възприета и да насочи усилията си натам, тъй като от пазар до пазар има много разлики. Единственото предимство, което имат американските компании пред българските, е, че те са там и са близо до крайния потребител. Най-важно е компанията добре да опознае потребителя на своя продукт, за да може да отговори на неговите очаквания и предпочитания. Ракетата носител към външните пазари може да е инвеститор, който подкрепя разработката. Друга възможност е да се намери стратегически партньор за даден пазар, който да помогне за бързото навлизане. Но никой няма да си даде парите, за нещо, ако не се вижда, че то има потенциал, предупреждава Стефан Лилов. Може според него това да е технология, която е интересна за потребителите, или функционалност, която улеснява живота им. Затова новите

играчи имат и по-голям шанс, тъй като са по-мотивирани и са носители на нови идеи. Те са склонни да рискуват много повече.

### Динамика

Пазарът на мобилни приложения продължава своето развитие и всеки стартап, който прави някаква уеб разработка, вече задължително предлага и мобилна версия, което само допреди няколко години беше екстра. На мобилността вече не се гледа като на алтернативен, а като на задължителен канал, уверява Момчил Зарев, директор IT Технологии за ЕМЕА в „Сирма Солюшънс“. Но по негови наблюдения тече и обратният процес – има неща, които хората искат да правят и през компютрите. Например при игрите, за да се задържи вниманието за по-дълго, много от мобилните разработки имат и уеб версия. Пред разработчиците стоят все повече предизвикателства – динамичното развитие на платформите, нови и нови функционалности се предоставят, хората имат все по-високи очаквания и стават все по-взискателни. Това задава динамиката.

### РАЗРАБОТКАТА НА МОБИЛНИ ПРИЛОЖЕНИЯ

#### Силни страни

- + В България има амбициозни професионалисти, които са на световно ниво
- + Правят се разработки, които в глобален мащаб да са конкурентни
- + Тук разходите са относително по-ниски и това е фактор, който задържа тук разработчиците

#### Слаби страни

- Малък вътрешен пазар, но за да си на голям пазар, трябва да отидеш в голяма страна. Това обаче не е пречка пред разработчиците
- Малко са високоразвитите индустрии, които да са потенциална ниша за компаниите, които правят мобилни приложения.
- Доста български фирми, понякога и поради невъзможност, предпочитат да си спестят такива разходи за софтуер, несъзнавайки предимствата, които може да имат



**Пазарът е твърде динамичен и на практика няма значение дали си „старо куче“ в тази игра или си нов човек. И вече има достатъчно примери, когато новаци в технологиите успяха да изместят от пазара именити мобилни компании. Начинаещи предприемачи без какъвто и да е опит правят чудеса.**

*Момчил Зарев,  
директор IT Технологии  
за EMEA в  
„Сирма Солюшънс“*



### Един добър пример

Българското приложение Flipps започва с финансиране от Launchub през 2012 г., но после инвеститор в него става един от водещите рискови инвестиционни фондове в Европа - Earlybird, заедно с други големи инвеститори, сред които и един от легендарните предприемачи в Силициевата долина Тим Дрейпър. И в момента компанията „Флипс Медиа“ продължава да получава инвестиции и така развива своя продукт. Всъщност Flipps е мобилно приложение, което превръща телефона в своеобразно дистанционно управление на телевизорите от ново поколение. То позволява потребителите на iPhone и Android да ги управляват и на големия екран да възпроизведат видеосъдържание от интернет, без за това да им трябват допълнителни кабели или хардуер. От година и половина навлизат в нова ниша, свързана с предавания на живо на бойни спортове. Те създават мобилното приложение Fite, което се приема с охота от американските потребители и те са готови да плащат добре за услугата. Този успех им е дал възможност в САЩ да наемат свой екип от 5-6 най-опитни професионалисти.



### Опитът няма значение

Мина времето, когато на мобилните приложения се гледаше с интерес от повечето начинаещи предприемачи, които виждаха в това шанс да са на световния пазар. В този бизнес, когато успееш да направиш нещо значимо, виждаш, че трудът ти не е бил напразно. Но точно тук много труд отива на вятъра. В тази все по-голяма конкуренция пазар ще намират разработки, които предлагат достатъчно „добра сделка“ за своите клиенти. Въпросът как това може да стане – няма лесен отговор, казва Момчил Зарев. Пазарът е твърде динамичен и на практика няма значение дали си „старо куче“ в тази игра или си нов човек. И вече има достатъчно примери, когато новаци в технологиите успяха да изместят от пазара именити мобилни компании. Начинаещи предприемачи без какъвто и да е опит правят чудеса. Както никога досега, вече всички са на равна нога и всичко е въпрос на визия, знания и усилия, които си готов да положиш.

### Посоката

Лидери занаяпред ще са тези, които предоставят иновативни технологии с висока сложност. Шанс имат истинските технологични пробиви, свързани например с обработка на картина, видео стрийм или изкуствен интелект, и в следващите 1-3 години това ще е тенденция. Забавленията винаги ще ги има и този пазар ще е силен, но той все повече ще отстъпва място пред разработки с висока степен на сложност, които ще изискват все повече труд, знания и умения на разработчиците. Сигурността също ще има важен дял в приложенията – ще се върви към четене на ирис, разпознаване на лице. Скоро ще може с поглед да управляваме телефона си, но това е свързано с далеч по-сложни технологии, които ще изискват и от самите хора по-фундаментални знания, твърди Момчил Зарев.

В глобален мащаб няма световен лидер в мобилните приложения, като че ли „правилото“ е всеки нов хит да е от нова компания. Именно това дава надежда на много от българските разработчици.

СОЦИАЛНИТЕ  
МРЕЖИ СА  
ЧУДЕСЕН  
КОМУНИКАЦИОНЕН  
И МАРКЕТИНГОВ  
ИНСТРУМЕНТ,  
КОЙТО ДАДЕ  
НАЧАЛОТО НА  
ДОБРЕ РАЗВИВАЩ  
СЕ БИЗНЕС .....



# ТАМ, КЪДЕТО ПОТРЕБИТЕЛИТЕ СИ ГОВОРЯТ

автор: **Татяна Явашева**

**С**оциалните мрежи се превърнаха в начин на живот. За голяма част от потребителите, ако не са споделили снимки от важно събитие в техния живот, то все едно не се е случило. Неусетно Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Google

Plus... станаха мощен бизнес инструмент. Първо, защото хората са там. Второ, появиха се предприемачи с нюх, които съзряха в това страхотна възможност за бизнес. Трето, намериха се професионалисти, които да следят тази вълна и заедно с нея да развиват уменията за успешен маркетинг



в социалните мрежи.

## Стръв

Там, където има най-много хора, има и най-големи възможности за влияние, а съответно и за продажби. Въпросът е къде точно да заложите своята „въдица“ и каква стръв да закачите на нея. Ето това вече има кой не само да ви го каже, но и по най-ефективен начин да го прави вместо вас. Така вашият и техният бизнес може заедно да растат.

## Пържените рибки

За какво може да използвате социалните мрежи? Компании от този бизнес уверяват, че те ще ви помогнат да разпространите информация за фирмата си, да привлечете вниманието на нови клиенти, да осигурите допълнителен

трафик към сайта си, но най-важното - да увеличите значително продажбите си. Присъствието в социални мрежи е предпоставка за изграждане и поддържане на добрата репутация на бранда. Там ви чакат хора, готови да „кльвнат“, ако им предложите нещо, което за тях е интересно. Но не оправдаете ли по някакъв начин доверието им, те са в състояние да ви изкълват.

Кой ли не би желал да се възползва от предимствата, но трябва да е готов и за „обратната страна на монетата“ – а такава вероятност особено в социалните мрежи никога не е изключена.

**Представяме собствениците на две агенции, готови да въведат всеки бизнес в потайностите на социалните медии.**



Мария Гергова-Бенгтссон:

## Дигиталната среда е в центъра на новата динамика

**Г**-жо Гергова, маркетингът в социалните медии е сравнително нова тема. Изненадана ли сте от скоростта, с която те се наложиха като фактор на влияние?

- Живеем в динамичен свят и дигиталната среда е в центъра на тази динамика, в която социалните медии се превърнаха в естествена информационна среда и среда на влияние.

**- На какво отдавате феномена на засилващата се роля на виртуалната комуникация и как бизнесът да се възползва от него?**

- В наскоро излязлата и на български език книга „Социалният организъм“ авторите Оливър Лъкет и Майкъл Дж. Кейси сравняват развитието на социалните мрежи с организмите в природата. И ако е вярно, че в природата е устойчиво онова, което функционира най-гладко и с минимална загуба на енергия, то бумът на социалните мрежи се дължи на това, че те заеха празни ниши в нашия живот и го улесниха. Вместо да се правят постоянни срещи и конферентни разговори, екипи от по над 100 човека взаимодействат в Workplace for Facebook. Всеки само за секунди може да се сдобие със стотици съвети. Но еволюцията на социалните мрежи не е задължително в положителна посока. Затова според нас най-подходящата роля за бизнеса е да създава и поощрява качествено, ангажиращо и полезно съдържание за потребителите, което ги улеснява и им пести време и разочарования.

**- Може ли бизнесът да си позволи дистанцираност от този комуникационен канал и за всеки бизнес възрастност ли е подходящ?**

- Има една максима, която важи с особена сила за момента, в който решаваме коя социална мрежа да използваме - да не съдим рибата по способността ѝ да се катери по дървета. Пейзажът на социалните мрежи е силно диверсифициран. Професионалистите обменят информация в LinkedIn, тийнейджърите предпочитат Snapchat, защото там ги няма родителите им. Изборът за една компания в кои социални мрежи да развива своя общност от последователи е прост - там, където са най-много от нейните потенциални клиенти. Вече работим по проекти, в които Instagram

се доближава до Facebook по брой директни продажби. Но компаниите трябва да следят всички възможни канали, защото не могат да контролират къде някой ще избере да говори за тях, а те трябва да са готови да реагират. При навлизането на социалните мрежи потребителите познаваха главно Facebook, но с развитието на дигиталните комуникации светкавичният чат е възможен в множество платформи, например Viber. Много от компаниите разработват свои чат ботове за месинджър платформите или сайтовете си, които чрез технологиите на изкуствения интелект и машинното самообучение поемат основния поток от стандартните запитвания или проблеми на клиентите им.

**- Кой е най-ефективният начин дадена компания да си осигури присъствие в социалните мрежи?**

- Успешната стратегия в социалните мрежи е част от цялостния дигитален план, който се съобразява с това къде и как потребителят търси информация и как взима решенията. Когато планираме съдържание, си представяме, че всеки човек преминава през три основни фази - вижда, обмисля и купува. За всяка му въздейства различно съдържание и различен канал. Ако продуктът ни не се купува импулсивно, а това става след проучване на цени и характеристики, няма да разчитаме на директни продажби през Facebook. Ще използваме социалната мрежа, за да създадем емоционална връзка с последователите и ще им предоставяме ексклузивна информация от кухнята. За да приближим потребителите към решението да купят продукта, ще разчитаме на образователни видеа, които разглеждат всички негови функции. Ако мислим за всеки канал според възможностите му и как потребителите го използват, е лесно да планираме съдържание за всеки от тях.

**- Има ли граница между ПР, маркетинг и реклама в социалните мрежи или фастмедията и тук слагат своя отпечатък?**

- Напоследък все повече говорим за интегрирани комуникации в дигитална среда. Това определя и размиването на границите между ПР, маркетинг и реклама. Интегрирането им води до по-добра ефективност и по-добри резултати. Имайки предвид бързината и начина на консумиране на информация в социалните мрежи, фастмедията дават



**Мария Гергова-Бенгтссон** е основател, собственик и управляващ директор на United Partners, президент на IPRA за 2009 г., както и на борда на Българската асоциация на ПР агенциите. Компанията е регионален партньор на няколко водещи международни вериги за ПР и стратегически комуникации като MSLGROUP, GlobalCom, BondPR, FTI и др. През последните години Мария Гергова участва в създаването и реализацията на много различни комуникационни кампании за Procter and Gamble, IBM, VMware, Viber, Lidl, Mastercard и др. Тя е ментор и във фондацията за предприемачество на Ричард Брансън.

своето отражение.

**- Как бизнесът да е в крак с постоянно променящата се реалност?**

- Една от основните ценности в United Partners е културата на непрекъснато учене и трупане на нови знания и умения. Абонирани сме за новости в сферата, следим излизането на книги по темата, уебинари, както и тези компании и организации, които са на ръба на новостите и иновациите и се учим от тях.

**- Задължително ли е всяка комуникационна кампания днес да ползва възможностите на социалните мре-**

**гически комуникации?**

- За да сме в крак с промените, ние също се променяме и развиваме. Създаваме нови услуги и методологии. Използваме широк набор от инструменти и технологични решения, които да подпомагат работата ни и да ни помагат да постигаме по-добри резултати. Имаме програма за повишаване знанията и уменията на екипа чрез вътрешни и външни обучения, имаме акаунти в няколко водещи платформи за учене и професионално и личностно развитие и стимулираме екипа сам да търси и научава новостите в бизнеса.

**- Какъв съвет бихте дали на сър Ричард Брансън -**



**жи? Кои от тях имат най-силно влияние върху българската аудитория?**

- Всичко зависи от стратегията на компанията, но почти винаги може да се намери подходяща социална мрежа за допълване на комуникационния микс. Например LinkedIn е по-подходящ за B2B комуникация, за изграждане на работодателска марка, Snapchat - за тийнейджъри и младежи, Инстаграм за модната и бютни индустрия. В България с най-голяма аудитория е Facebook, но тъй като тясно таргетираното съдържание е ключ към успеха, според спецификата на продукта, компанията или услугата, друг канал може да се окаже по-подходящ.

**- Как в последните 2-3 години промените визията за United Partners като специализирана агенция за страте-**

**гически комуникации?**

- За мен той е един от добрите примери за използване на социалните медии и го следя с огромен интерес. Ключът на неговия успех в дигитална среда е автентичност.

**- Маркетингът в социалните медии дава добри плодове, когато..... залага на добър баланс между емоционални и рационални послания и истории.**

**- А като управляваща United Partners кога вие берете „добри плодове“?**

- Когато виждам успехите и растежа на компаниите, организациите и марките, за които работим. И когато виждам развитието и усмивките на хората в екипа ни.



Александър Георгиев:

## Клиентите Вярват на клиенти

**Г-н Георгиев, какви възможности за бизнес дава развитието на социалните медии?**

- Те са фактор за успеха на всяка компания. Възможностите им са безгранични и неслучайно се разглеждат като отделна наука. Благодарение на тях не само увеличаваме броя на запитванията и продажбите, но и създаваме емоционална връзка между нашия бранд и клиентите, която не може да бъде осъществена чрез друг канал. Социалните мрежи са отличен избор за разпознаваемост на бранда, лоялност и повишаване на доверието в бранда. И точно чрез тях получаваме ценна обратна връзка от своите клиенти.

**- Може ли скоро да стигнат своя предел на влияние?**

- Не мисля, че ще стане, тъй като технологията постоянно се променя и развива. Тийнейджърите са най-въвлечени в използването на социални платформи като Facebook, Snapchat, Instagram, Pinterest и когато тази активна аудитория започне да разполага със средства, за да пазарува свободно, тогава бизнесът ще трябва да се съобрази с това.

**- Когато организирате рекламни кампании, кое оказва влияние каква част от комуникацията да минава през социалните медии?**

- Това се определя от естеството на бизнеса. Ако компанията е в B2C сектора, т. е. ориентирана е към потребителите, в повечето случаи социалните медии вършат чудесна работа. При B2B обикновено не използваме толкова агресивно социални медии - с изключение на LinkedIn и Xing, които са професионално ориентирани. След като очертаем няколко основни канала, с помощта на софтуер като Google Analytics преценяваме как да инвестираме бюджета на база на получената статистика. Подходът за работа на кампанията база вече е остарял и всяка кампания може да се промени коренно дори два дни след като е стартирала.

**- Защо бизнесът да присъства и в социалните мрежи и кой бизнес?**

- Социалните мрежи са основен източник на продажби и лидове за някои сегменти. Всеки бизнес би могъл да се възползва от тях, защото самото присъствие там вече изгражда доверие у потребителя, дори и социалните мрежи

да не осигуряват директни продажби за конкретния бранд. Социалните мрежи често се ползват от потребителите за оставяне на отзиви, а те имат огромно влияние върху решението за покупка. Важно е да разберем, че клиентите вярват на клиенти.

**- Какви други тенденции се очертават?**

- Забелязваме, че хората често използват Facebook Messenger за покупка, отзиви и техническа помощ. За да се направи поръчка през телефон, вече е нужен само скрийншот на продукта и данни на потребителя. Този инструмент според нас започва да измества старите платформи за онлайн чат в сайтовете, а още по-удивителен е фактът, че някои собственици на магазини нямат дори сайт и цялата им онлайн търговия минава успешно през Messenger. Социалните медии станаха добър канал за изграждане на бранд и позиционирането му в top-of-mind на потребителя. Реалните данни от Google Analytics сочат, че в голяма част от случаите социалните мрежи имат не само директен принос към продажбите, но и подкрепят значително другите дигитални кампании. Това е много важна част от анализите на ефективността на цялостната дигитална кампания. Нслучайно в Google Analytics има отделна секция Assisted Conversions и Attribution. Доста от клиентите ползват социални медии като Facebook и Google+, за да намерят информация за бизнеса в движение от тяхното мобилно устройство.

**- Как собственици и мениджъри на компании да се възползват от този нов феномен?**

- Важно е да дефинират своите KPIs (Key Performance Indicators), за да определят какво всъщност означава за тях успехът. Това биха могли да бъдат метрики като цена на придобиване, брой импресии или кликове и други. Втората стъпка е да се изгради стратегия за измерване на постигнатите резултати. След като бъдат създадени брандирани страници в социалните мрежи, остава най-интересната част – процесът на редуване на експерименти с анализ, което в нашата агенция се прави постоянно.

**- Как да се реши дилемата - компанията да наеме специалисти по маркетинг в социалните мрежи или да въз-**

САМОТО ПРИСЪСТВИЕ НА БРАНДА В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ ИЗГРАЖДА ДОВЕРИЕ У ПОТРЕБИТЕЛЯ, ДОРИ И ДА НЕ ОСИГУРЯВА ДИРЕКТНИ ПРОДАЖБИ

**Александър Георгиев** е основател и директор на интернет маркетинговата агенция Advertise, създадена през 2006 г. Средното си образование получава в Нортфолк, Англия - специалност „Компютри и електроника“. След това придобива бакалавърска степен в Brunel University в Западен Лондон и има диплома BSc eCommerce. Следват допълнителни квалификации в областта на мобилните технологии, поглатени от магистратура по специалността Mobile Enterprise Business Systems. Организиран е онлайн рекламни кампании за някои от най-големите компании на българския пазар, сред които Multirama, Zona For Home, Domko, Ruvex, Konica Minolta, Photosynthesis, Prista Oil, Bankservice, Euromarket, Teka, Husqvarna.

#### ложки тази услуга на специализирана компания?

- Има два основни фактора: ефективност и цена. Клиентите често се обръщат към агенция, когато имат ниска ефективност от своите усилия в социалните мрежи или пък искат да увеличат драстично обемите от запитвания и продажби. Но когато комуникацията е твърде динамична, може да е по-изгодно да се наемат хора в офиса. Все пак е добре да се използва и външен консултант, защото самата работа в рекламна агенция дава много познания във всички аспекти от дигиталния маркетинг. Един специалист от агенция гледа общата картина и това му позволява да взема по-информирани, креативни и правилни решения, както и да даде точното предложение за стратегия спрямо различни казуси, които често възникват в динамичния свят на дигиталния маркетинг. Добрата агенция ще предложи подходящо решение на всеки конкретен проблем, докато един служител, който се занимава само със социалните медии, може изобщо да не засече проблема.

#### - Кои са някои от малките разходи, които биха дали висок резултат?

- Използването на Google Analytics дава яснота доколко бюджетът, инвестиран в реклама, е ефективен. Създаването на Google My Business – профили за физически обекти, е безплатна услуга, която слага бизнеса в картите на Google и дава лесен и удобен достъп на потребителя чрез

карти, телефон и уеб линк за клиента директно в резултатите на Google. Препоръчваме използването на купени stock изображения за публикациите в социалните мрежи, за да привличат вниманието и да са достоверни.

#### - Конкуренцията и в този сегмент расте, вие как печелите доверие?

- Залагаме на три основни принципа:

- 1 Максимална ефективност за нашите клиенти при минимална инвестиция.
- 2 Експериментиране, отчетност, анализ, чрез които оптимизираме кампаниите си, за да постигнем търсените резултати.
- 3 Иновация – ползваме автоматизация и иновативни решения за анализ и измерване. Имаме няколко собствени продукта, които развиваме.

#### - Кой е двигателят на тази нова професия?

- Ефективността носи продажби и запитвания за клиентите, съответно има голям интерес към такъв тип специалисти и услуги. Постоянното развитие на технологиите прави професията динамична.

#### - Какъв е личният ви измерител за професионален успех?

- Доволните клиенти и препоръките.



# УМНИ ГРАДОВЕ БЕЗ УМНИ ХОРА

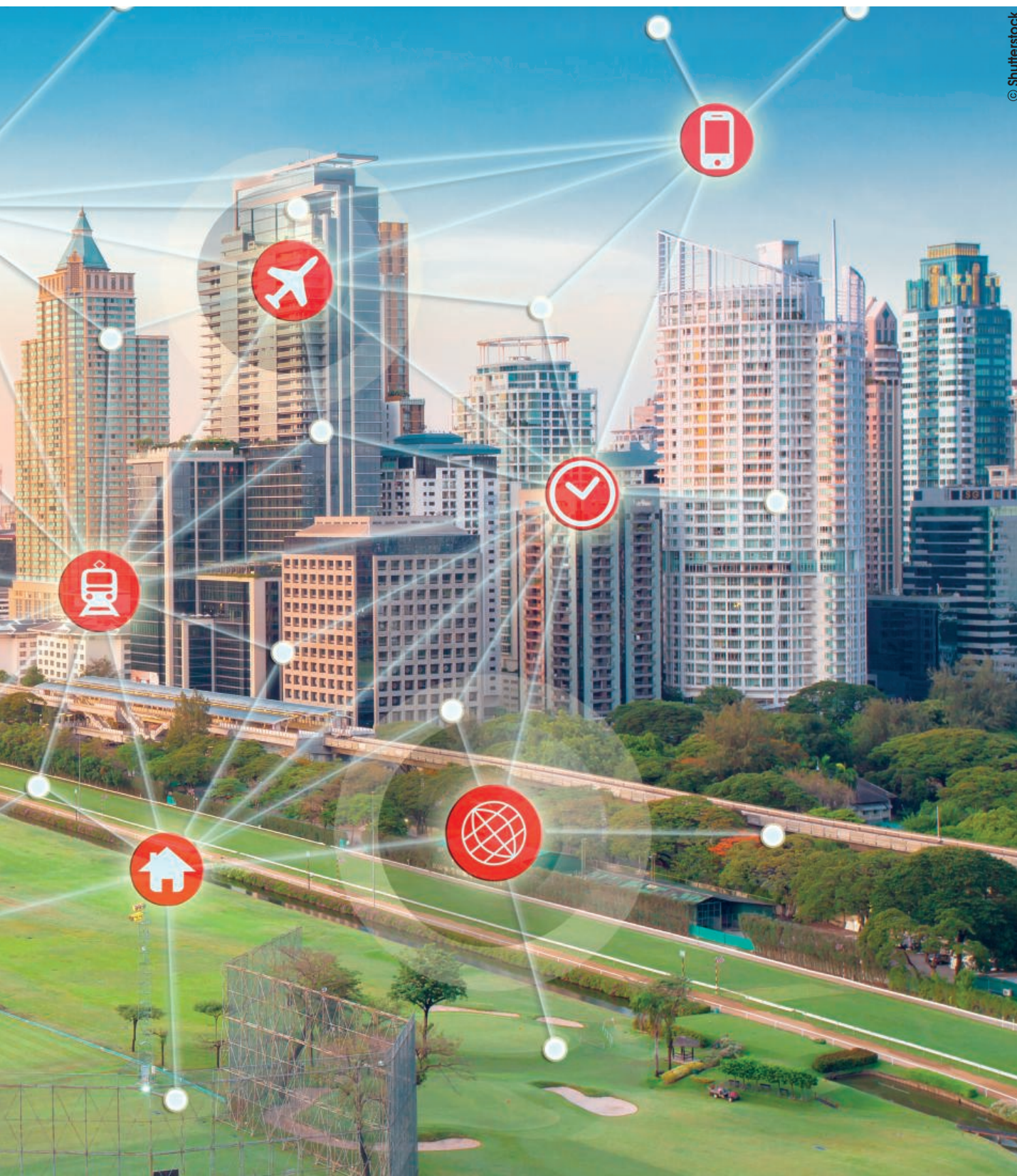
ТЕХНОЛОГИИТЕ БЕЗПОЩАДНО ЩЕ  
НАЛАГАТ НОВА ЛИНИЯ НА РАЗДЕЛЕНИЕ



автор: **Тони Григорова**

**П**о всичко личи, че градовете ще стават „умни“ (smart cities) и все по-умни чрез въвеждането на технологии, които да ги правят ефективни и удобни за живеене. За да стане един град smart, той трябва да постигне уникалната „спойка“ на информационните и комуникационните технологии с всичко, без което градът не може, като технологиите не са самоцел, а са средство. Според плановите за градското развитие интелигентните градове може да бъдат определени като градове на знанието, цифрови и киберградове или екогра-

дове. В тях ресурсите се използват по-пълноценно, постига се икономия на вода и електричество, а дори и на време, а хората имат достъп до различни улеснения във всичко - например приложения за свободните места на най-близкия паркинг, за движението на превозните средства на градския транспорт, за „уловки“ като промоциите, които може да ни отведат в местата за пазаруване и хранене, както и за какво ли още не, за което досега никой може и да не се е сетил. Създаването на умни градове изисква взаимодействие между частния бизнес, държавата и общините.



© Shutterstock

## Царството на мегаполисите

Живеем във времето, когато градовете „изяждат“ селата, а мегаполисите стават начин на живот. През последните 10 години повече от половината от световното население е вече в градовете, а преселението продължава. Прогнозите на ООН показват, че около 70% от човечеството ще живее в големите населени места до 2050-а, които ще стават все по-големи. Тогава хората в градовете ще се равняват приблизително на цялото население на Земята днес. Тази тенденция ще доведе до появата на все повече мегаполиси с над 10 млн. жители и концепцията „много хора в пренаселено пространство“ ще се развива все по-бързо. А със засилването на този процес ще идват все по-големи предизвикателства при управлението на тези населени места, както за компаниите, които доставят стоки и услуги, а така също и за самите хора.

### Трансформацията

Засега все повече се налага концепцията, че решението за начина на живот се нарича Smart city. Разнообразието от технологии постепенно ще трансформира градовете така, че те да бъдат по-чисти, по-удобни и пестящи ресурси и щадящи околната среда. Чрез технологиите ще се управлява всичко в града – транспорт, болници, училища, електрически и ВиК мрежи, системи за почистване... Ползите от това са, че когато информацията се събира и анализира, управлението на града може да е по-ефективно и по-евтино, а и удобството за живеещите в него ще е по-голямо, тъй като освен всичко винаги ще се намира начин проблемите да се преодоляват бързо.

### Удобства

Интелигентните градове са платформа, те са набор от технологии за интеграция. Тяхната концепция се доразвива чрез различни инициативи и програми, като те се съчетават по начин, който позволява на гражданите да получават интуитивни услуги. Те повишават обществената сигурност, създават добра среда за работа и за живеене. Умният град обаче е не просто приумица, а необходимост, тъй като концентрацията на огромно количество хора води след себе си огромни проблеми. Много градове вече страдат от недостиг на жилища, неадекватна инфраструктура, несигурно енерго- и водоснабдяване. Към това се добавя и нарастващият риск от природни бедствия. Емисиите от превозните средства и от производствата пък водят до здравословни проблеми за хората. Затова и една от стратегиите е транспортът да се електрифицира и някои държави вече усърдно работят в тази насока. Бързина, удобство и пестене на ресурси са важни във всичко, свързано с изграждането на умен град. Скорешно проучване на Siemens в сътрудничество с Агир например показва колко много време се губи, за да се намери място за паркиране, което има огромна финансова равностойност. Има поне няколко начина, чрез



които проблемът може да се реши, но налице ли е проблем, е най-добре да се приложи комплексен подход, който за години напред да създаде комфорт.

### На куц крак

Умните градове са примамливи, но при създаването и развитието им има два важни момента. Първо, да има кой да ражда големите идеи на бъдещето и кой да ги осъществява. Второ, хората, които населяват тези места, да имат знанието, уменията, а и финансовата възможност да живеят пълноценно в тази високотехнологична среда. Готвим ли се за това време – добре знаем, че вярваме как и на куц крак може да влезем в технологичното предстояще. Умните градове обаче не са неясна проекция в бъдещето, а те все повече се превръщат в настояще. Разбира се, не без участието на управата на градовете, на технологичните компании в тях, а и на самите жители на тези населени места, тъй като в крайна сметка всичко е в тяхно име. Какво правим ние? Говорим, че светът се променя, но нямаме дисциплината с добре премерена крачка да се променяме. Та ние нямаме и визията какво бъдеще искаме да си създадем.

### Ключът към бъдещето

Говорим, че образованието не съответства на новите реалности, а нямаме волята да го направим такова, каквото ни е нужно. Във време, в което все повече се разчита на компютри и роботи, творчеството е магическият ключ, който отключва силата на образованието. Но не и на нашето. С повишаването на заплатите на учителите от новата учебна година ще последва ли качествено нов скок в българското образование, е често задаван риторичен въпрос. Но без

# Как се прави smart city

Едва ли може да се създаде универсална стандартизирана концепция как точно се прави smart city, тъй като животът е твърде динамичен, а и технологиите постоянно се променят, подобряват и развиват, път си пробиват нови разработки. Разбира се, правят се опити и в това отношение. Според Техническият университет във Виена умният град трябва да отчита шест различни категории: икономика, мобилност, околна среда, управление, начин на живот и хора. Всъщност интелигентните градски системи съществуват от над четири десетилетия. Сред пионерите е Сингапур, където през 1975 г. е въведена система за управление на трафика. Разбира се, през годините тя постоянно е усъвършенствана, като са включвани и много нови елементи в нея. През 2016 г. Сингапур получи признание като „най-умен град“ и оглави класацията на британската изследователска компания Juniper Research. От значение при оценката са фактори като технологии за интелигентни мрежи, умно осветление, използване на технологии за подобряване на трафика, достъп до безжичен интернет, употреба на смартфони и мобилни приложения. В Шанхай пък активно се развива мрежа Smart Grid, чрез която жителите на града оптимизират разходите си за електроенергия. Електрическите компании също имат ползи, тъй като датчиците от ново поколение помагат да се реши проблемът с кражбата на електроенергия.

Краткият отговор на въпроса как се прави smart city: създава се от умни хора, които искат да живеят по умен начин. Те намират адекватни решения и постоянно създават добър ред, организация и комфортна градска среда.

тази мярка сме обречени на още по-лошо качество. Какво ли става с магистрала „Знание“, която трябва да заведе всяко дете в училище и да го научи на А и Б, щом новото време изисква все по-висока грамотност. Умните градове ще изискват друг тип хора и технологиите безпощадно ще налагат нова линия на разделение. Ще е трудно дори просто да отидеш в тях като турист, ако си човек от миналото на технологиите. Затова все по-голяма острота придобива въпросът какво правим за образованието и за ученето през целия живот. Международен консорциум ще разработи автономна модулна система за стареене с еврофинансиране от 4 млн. евро. Координатор на проекта е Балканският институт по труда и социалната политика. Тази технология също ще изисква определени умения и налична инфраструктура у тези, които ще ползват такъв виртуален асистент.

## Къде отива интелектът

Днес цената на интелектуалния капитал има стойност, каквато досега май не е имал. Разбира се, такава цена дава само този, който може да го използва пълноценно. Затова икономиките, които правят необходимото, за да се развиват, гледат на миграцията като важен външен канал, чрез който държавите придобиват и развиват човешкия капитал. А ние оставяме нашия капитал свободно да изтича. Да, днес не може да слагаме изкуствени административни бариери, но от нас зависи тук да създадем привлекателни условия за работа и за живеене. Тогава и към нашата страна ще тече такъв ценен ресурс. Затова нека да сме достатъчно умни и да не се стремим да създаваме умни градове без умни хора.

**ChairPro**  
Професионалисти в столовете

**Невероятен  
комфорт.  
Неповторим  
дизайн.**



**HAG**

ПРОИЗВЕДЕНИ  
В НОРВЕГИЯ

Ергономичен стол  
SoFi

1719,00 лв. **-20%**  
**1379,00 лв.** с ДДС

+ БЕЗПЛАТНА доставка  
+ 10 години гаранция

Столовете от HAG следват мялото Ви, което позволява да се съсредоточите върху работата си. Седежики Ви се движат, без дори да мислите за това. HAG са носители на множество награди за уникалните си качества и характерен дизайн.

Въползвайте се от невероятната въвеждаща цена за България, представена от ChairPro!

**ШОУРУМ:**

гр. София, бул. „Цариградско шосе“ 149

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

0700 10 750

Искаме да покажем, че науката е интересна и има бъдеще, казват Илка Цветкова, Десислава Попова, Бориян Спасов и Стиляна Панова (от ляво надясно)



# ЛУДИ МЛАДИ УЧЕНИ

БЪЛГАРСКИЯТ ОТБОР  
ПО СИНТЕТИЧНА  
БИОЛОГИЯ ЩЕ УЧАСТВА В  
СВЕТОВНОТО СЪСТЕЗАНИЕ  
iGEM В БОСТЪН ПРЕЗ  
НОЕМВРИ И САМ НАБИРА  
НЕОБХОДИМОТО  
ФИНАНСИРАНЕ

автор: Яна Колева

фото: Красимир Свраков

**К**ак най-младите да бъдат насърчавани да правят нови научни пробиви? Свой отговор на този въпрос дава Масачузетският технологичен университет чрез състезанието iGEM в областта на генното инженерство. Идеята е от определени „парчета“ всеки отбор да подреди собствен пъзел. Въпрос на изобретателност, на лични качества и на компетентност е кой как ще реши задачата, за да е на 9 ноември в Бостън с успешна разработка. Тази година за втори път в престижната надпревара ще се включи и Българският отбор по синтетична биология. Студентите се подготвят за участие със система за ускорена еволюция, която ще подобрява белтъци и ензими. Насочват се към този проект, след като от „Биовет“ АД им предлагат предизвикателството да подобрят един ензим.

## Препятствие

Според регламента в отбора може да участват студенти,

които не са навършили 23 години. Българският екип вече е сформиран. Първото най-голямо препятствие е липсата на осигурено финансиране и екипът сам трябва да намери средствата за всички разходи по подготовката и участието, в това число и за регистрацията на отбора в състезанието. Младите учени се ползват с подкрепата на „София Тех Парк“, който им оказва съдействие и им предоставя за ползване модерната специализирана лаборатория „БиоИнфоТех“. За да се популяризира, отборът има редица изяви на различни форуми, създаде мрежа за контакти между хората, които се занимават с наука. Ще участват и в Европейската нощ на учените, която е на 29 септември в „София Тех Парк“.

## Стимул

„Световното състезание провокира сформиранието на все повече отбори, всеки започва от нулата и се учи да се справя с различни предизвикателства – да се свърже



# Генното инженерство не е мистицизъм

*The International Genetically Engineered Machine (iGEM) е фондация с нестопанска цел, ангажирана със създаването на сплотена общност от млади хора с интерес в областта на синтетичната биология. Тя цели да покаже на света, че генното инженерство не е мистицизъм, а е процес, за който са нужни само новаторски дух, знания по биология и „стандартни биологични части“. Една от задачите на iGEM е организирането на състезание между отбори от цял свят, занимаващи се с генно модифициране и инженерство.*

*През 2003 г. в Масачузетския технологичен институт (MIT) се организира студентски проект за създаване на биологични устройства, които да накарат клетки да „примигват“. През 2004 г. той се превръща в съревнование между 5 отбора. За няколко години се разраства и през 2016 г. достига до 300 отбора от 42 страни. Състезанието е най-престижното студентско събитие в областта на синтетичната биология. В три различни възрастови категории в него вече освен студенти може да участват ученици и докторанти.*

*Проектите стават все по-сложни и всяка година участниците се събират, за да ги представят на Giant Jamboree (гигантско джамборе). Тази година състезанието е от 9 до 13 ноември в Бостън.*

с медиите, с бизнеса, да направи проучванията, да осигури финансирането и най-важното – да направи успешна разработка. Трудностите са много и те ме мотивират да се боря“, казва Десислава Попова, капитан на отбора. През миналата година тя също е част от екипа, но бронзовият медал не я удовлетворява. Исква да опита възможностите си, като си дава сметка, че трупам ценен опит. Прави го и за да покаже на света, че и в България науката се развива, и се радва, че отборът среща подкрепа. В момента тя върви по път, по който не знае какво точно ще се случи: „Аз нямам работно време и в зависимост от резултата днес, решавам какво ще правя утре“.

## Екипът

В отбора са девет студенти с интереси в областта на молекулярната биология, които учат в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ или в Медицинския университет в София. Трима инструктори ръководят този малък екип - Борис Киров, преподавател в Техническия университет в София, Славил Пейков, завършил генетика в Хайделберг, и Мая Йовчева, която работи в САЩ. Борис Киров е главният вдъхновител на българското участие. Той е биотехнолог, следвал във Франция, там е бил инструктор на iGEM отбор. И когато се завръща в България, иска да пренесе този опит и да подготви български студенти за голямата надпревара. „Станах част от българския отбор, защото това е възможност да работя с модерна техника и апаратура. Новите хора в отбора минахме през интензивно обучение. Имаме добри ръководители и вярваме, че ще се справим с проекта. За нас iGEM е приключение, което ще ни даде много знания, умения, а и контакти“, споделя Стиляна Панова. Тя учи молекулярна биология в СУ и иска да работи в ин витро център, щом завърши университета.

## Как

Отборът тази година е сформирани, след като се ползват различни канали за разгласа, но се явяват само девет на брой кандидати, което не дава възможност да се прави пресяване. Разчита се на естествения подбор. Десислава Попова споделя: „Станах по-организирана, по-борбена и комуникативна, научих се да правя презентации и навлязох по-дълбоко в сферата на биологията. За да се регистри-

*„София Тех Парк“ подслони българския iGEM отбор и му предоставя за ползване специализираната лаборатория „БиоИнфоТех“*

раме за участие като отбор, бяха нужни 5 хил. долара. С нашия инструктор Славил Пейков написахме проект, защитихме го пред Студентския съвет на СУ и получихме сумата“. Догодина Десислава прехвърля тавана на възрастта и няма да участва в следващото iGEM състезание. В началото на 2018 г. заминава на студентски обмен по програма „Еразъм плюс“. После е с намерение да запише магистратура. Има желание да се върне да работи в България, но всичко ще зависи от това какво България ще предлага.

## Винаги има начин

Асоциацията на учените в Бостън откликва и българи ще осигурят подслон на екипа за времето на престоя. Но това е само сегмент от пъзела и българският iGEM отбор продължава да намира финансиране. И вместо да работят по проекта, през миналата година продавали брандирани фланелки на пешеходната зона на столичния бул. „Витоша“ и за два дни събрали над 2 хил. лв. Вероятно и тази година ще го направят.

Равносметката на Десислава Пеева, която тя направила миналата година на състезанието в Бостън, е, че българските отбори имат да извървят дълъг път. Но е убедена: „Щом другите успяват, значи и ние можем“.



# ТЪРСЯ СИНИТЕ ОКЕАНИ

ЗНАЧИМОСТТА НА ЕДИН БИЗНЕС ВЕЧЕ ИДВА ОТ  
УДОБСТВОТО, КОЕТО СЪЗДАВА НА ДРУГИТЕ, А НЕ ОТ ТОВА,  
ЧЕ РАЗПОЛАГА С ГОЛЯМ РЕСУРС, ЗА ДА ПОСТИГНЕ РЕЗУЛТАТИ

Географските информационни системи (ГИС) са широкообхватен инструмент. Всички събития се случват на определено място и ГИС може да са среда, в която да се регистрират, да се описват процеси, да се поддържа информация за инфраструктура, да управлява и предоставя данни, да изпълнява операции с тези данни. Това е платформа, върху която бизнесът може да гради своето развитие. Всеки под една или друга форма вече се е докоснал до ГИС, тъй като тези стандарти се налагат от международните гиганти и ние няма как да не ги следваме.

## Прилагането на ГИС технологиите

е предизвикателство. В определени сфери в България те са на доста високо ниво. Публичният сектор има да измине много път, докато стигне до масовата им употреба. Общините имат огромна нужда от ГИС, за да поддържат информацията за кадастъра, за регулационни и застроителни планове, за общите устройствени планове, за подземни проводи и съоръжения и т. н. В държавната администрация ГИС също има голямо приложение и някои от тези структури без ГИС вече не биха могли да изпълняват своите функции. Важно условие за прилагането на нова технология в една организация е онзи, който ще я ползва, да е узрял за това. Понякога трябва революционно да се променят начинът на мислене и наложените в работата стереотипи.

Едно от предимствата на ГИС е, че интегрират информация от различни източници. На компютъра на вземащите решения в подходящ вид може да се предостави голямо количество информация, за да се взимат информирани решения. Това пести време и пари. Страни като Норвегия и Холандия са твърде напред в използването на ГИС продукти и услуги, те имат online обмен на информация между институциите и предоставяне на комплексни услуги с данни, поддържани от различни оператори. У нас отделни институции са реализирали ГИС решения на много високо ниво - например Агенцията по геодезия, картография и кадастър, които изпреварват редица европейски държави.

Статистиката е огромно поле за приложение на ГИС. НСИ събира много информация в големи подробности, има различни институти и маркетингови агенции, които също събират статистическа информация. Когато тези данни се наложат върху географска карта, започват да се очертават специфични тенденции и решения. Ако само гледаме числата в екселски таблици, повечето процеси остават невидими. Когато ГИС и статистиката се преплетат в едно, се получава

## геореферирана статистика

която може да служи за по-точни анализи. Чрез тези про-

дукти бизнесът с пазари у нас може да проследява разпределението на различни икономически и демографски индикатори по териториите, в които оперира. Така например с Института за пазарна икономика имаме проект за съвместен геоинформационен анализ на икономически данни, чрез който даваме отговор на въпроса задълбочават ли се разликите в доходите между областите в България.

Развитието ни като технологична компания продължава и опитът ни през годините роди многофункционална ГИС, базирана на продукти с отворен код. С нейна помощ навлизаме в нови области, като усилията ни са насочени към решаване на тънките специфики при всеки различен клиент. Продуктът е подходящ за редица звена на държавната и общинската администрация, ВиК сектора, недвижимите имоти, маркетинговите агенции и други.

Нашият бизнес е комбинация от развитието на IT и геодезически услуги и това дава много добри резултати в реализацията на ГИС. Технологиите се развиват много бързо, а конкуренцията в различните пазари е голяма и ще успеят онези фирми, които по-бързо реализират автоматизацията на процесите и направят интеграцията на системите, които вече са внедрени при даден клиент, за да може той лесно и бързо да върши своята работа.

## Интересът към дроновете расте

Има прогнози, че скоро това ще е милиарден пазар. Дронът намира все по-широко приложение - от доставка на пици, обследване на недостъпни или опасни терени до военни операции. Размерите варират от миниатюрни до такива, които носят големи товари със скорост над 60 км/час. Има дори разработки на дронове за лов на дронове. В „Мапекс“ вече няколко години с дронове заснемаме населени места, жп линии, открити рудни находища. Една от последните ни разработки е в сферата на енергийната ефективност - чрез дронове с термовизия се обследват сгради, за да се установи къде са течовете на топлинна енергия през зимата. Заради нарастващото използване на безпилотните самолети в редица страни предстои въвеждане на регулации за движението на дроновете. В България все още сме далеч от този момент.

Проникването на ГИС технологиите ще расте. Вероятно ще дойде моментът всички данни да са географски реферирани и да са достъпни до всеки жител на планетата, а използването им ще е елемент от самия живот. ГИС решенията се превръщат в нещо неизбежно за компаниите в стремежа да са конкурентни.

Бизнесът не бива да спира да търси



## нови хоризонти за развитие

Неслучайно се появи и стратегията, наречена „син океан“, според която успяват онези, които са първи за продукти и услуги, които ще се търсят. Ожесточената конкуренция съществува в „червения океан“, пълен с много играчи и акули. Ако умеем да откриваме сините океани, бизнесът ни ще има бъдеще и ще е устойчив. Всъщност вече над 10 години международната геодезическа общност съветва да спрем да мислим през старите инструменти за традиционните геодезически методи. Геодезистът трябва да се превърне в управител на бази данни. Начинът на получаване на информация днес е лесен, а усилията, които някога са се полагали, са давали важността на професията. Значимостта ни вече идва от удобството, което създаваме на другите, а не това, че отделяме много време и усилия, за да си свършим работата. Трябва да се съобразяваме с пазарите, на които работим, да видим какво е насищането и ако предоставяме едни и същи услуги наред с много други, да намерим каква добавена стойност да им придадем, за да сме уникални и предпочитани.

**А**лександр Лазаров е главен изпълнителен директор на геоинформационната компания „Манекс“ АД. Започва кариерата си като инженер в общинското предприятие „Софийски кадастър“. През 1999 г. оглавява „Географска информационна система София“ ЕООД и го управлява в продължение на 10 години. След това до 2013 г. е изпълнителен директор на Агенцията по геодезия, картография и кадастър. Има магистърска степен по геодезия, фотограмметрия и картография от Висшия институт по архитектура и строителство и в своето кариерно израстване активно работи за устойчивото развитие на кадастъра и геодезическата професия в България.



# УМНА ФЕРМА ВЪВ ВСЕКИ ДОМ

автор: Яна Колева

фото: Красимир Свраков

**Х**ората са все по-силно привлечени от живота в големите градове. Но се появява стремеж те да са „зелени“. Затова не е учудващо, че в Китай се строи един от първите в света „горски градове“. Той е проектиран от Стефано Боери, създател на два вертикални „горски“ небостъргача, и се очаква през 2020 г. в Люжоу, провинция Гуанси, да се заселят неговите първи обитатели. Предвижда се там да заживеят 30 хиляди души, като зеленият дух на града ще се поддържа от около 1 милион растения от около 100 вида. Над 40 000 дървета ще бъдат засадени по фасадите на други места, където е възможно. Градът ще е енергийно самозадоволяващ се, ще е с високо качество на въздуха, ще има шумови бариери, което ще позволи на хората да работят и почиват пълноценно. Същевременно ще се подобри и биологичното разнообразие на видовете.

## Идеята

Всеки градски жител, където и да е по Земята, би могъл да има принос към по-зеления живот и да вкарва повече растения къщи. Младият български инженер Огнян Чиков продължава да развива и да усъвършенства своята технологична разработка за малка домашна вертикална ферма. Преди близо две години той бе сред победителите в конкур-

са за отглеждане на култури в урбанизирани територии, организиран от онлайн портала Element14 Community. Задачното бе да се направи вертикална ферма (Vertical Farming Design Challenge) за производство на зеленчуци, в която процесите се автоматизират чрез използване на съвременните технологии. Проектът на Огнян Чиков включва „интернет на нещата“ (IoT). Тогава, както сп. „Икономика“ писа, той получи полупроводникови елементи и други детайли, необходими за осъществяване на идеята. Тази подкрепа го амбицира и той продължава да влага усилия в тази насока. С 3D дизайнер през миналата година прави прототипа на домашната вертикална ферма и в него вече се отглеждат растения. Мечтата на Огнян Чиков е такава съоръжение да влезе във всеки градски дом. „Шкафът“ сам поддържа необходимата температура и влажност, въпрос на лична преценка е кой какво да отглежда в него.

## Интернет на нещата

Огнян Чиков е докторант в Техническия университет в София, но там е фокусиран върху други предизвикателства. Обнадежен от резултатите, които неговата разработка дава, той замисля занапред да развие бизнес, при който малката домашна ферма да се взема под наем. Неговата компания ще предлага заготовки с различни семена, след

В МАЛЪК ШКАФ, РАЗРАБОТВАН ОТ ИНЖ. ОГНЯН ЧИКОВ, ЩЕ ОТГЛЕЖДАМЕ ЗЕЛЕНЧУЦИ И ПОДПРАВКИ, СТИГА ПРОЕКТЪТ ДА ПОЛУЧИ ИНВЕСТИЦИОННА ПОДКРЕПА

приключване жизнения цикъл на растенията абонатът ще се обаждат на доставчика, за да вземе старите тави и да достави нови заготовки. Така в домашни условия ще може да се отглеждат марули, рукола, ягоди, както и различни подправки. Експериментите ще покажат какво друго ще вирее добре под грижите на IoT. Иновациите в земеделието занапред ще вземат връх. Стремехът към по-чиста околна среда и интересът към консумацията на повече екопродукти може да направи умната домашна ферма задължителна част във всеки модерен дом.

### Необходимият лукс

Цената на първо време няма да е ниска, но пък за потребителите с финансови възможности това ще е зеленият лукс в дома. Иновацията ще им даде възможност сами да отглеждат чисти зеленчуци и същевременно ще е част от техния зелен начин на живот. Необходимо е съоръжението да се свърже с електрическата мрежа, макар консумацията да е минимална, а компютърът, с който се управлява целият алгоритъм за отглеждане на растенията, може да се захранва със соларна батерия. „Шкафът“ може да се инсталира в подходящо помещение. Макар да е инженер, а не агроном, Огнян Чиков вече е научил много за грижите, от които се нуждаят растенията в изкуствена среда. Той използва градински биокомпост и вода, като не се включват никакви химически съединения и изкуствени торове. Растежът се стимулира чрез специалното осветление.

### Финансиране

Огнян Чиков вече е създал свой стартап и очаква финансиране, чрез което да продължи развитието на иновативната си идея. Към разработката се появил интерес от Германия, САЩ и Сингапур, след като през април тя спечели второ място на специализиран форум за проекти в сферата на IoT, организиран от компанията MyDevices, ситуирана в Лос Анджелис, Калифорния. Условие за първото място било да е американски гражданин, който може да пътува из САЩ, за да прави демонстрации по различни технологични панаири. Но пък самото отличие може да стане повод за инвестиционна инжекция за проекта на Огнян Чиков.

### Бъдеще

Засега Огнян Чиков работи сам, но се ползва от подкрепата на свои приятели. Баща му, който има малка мебелна фабрика, му помогнал с изработването на дървената конструкция на „вълшебната“ кутия за отглеждане на растения, а дизайнът на домашната ферма е подарък от неговата приятелка. При наличие на финансиране, екипът ще се разрасне, за да може продуктът да намери реализация. Вътрешният двигател на Огнян Чиков да продължава да



инвестира време и усилия в разработката е интересът му към иновациите. Той има увереност, че „умният“ шкаф за производство на зеленчуци и подправки е с голям потенциал и затова дава всичко от себе си, за да може той да види бял свят. Убеден е, че вертикалните ферми имат бъдеще както в домашни, така и в промишлени условия. Когато има налична технология, тя лесно може да придобие масовост, щом се появи интерес. Умните градове занапред ще включват все повече компоненти и най-вероятно дребното домашно земеделие ще е неразделна част. Възможността фермата да се управлява през интернет може да направи смарт шкафа за отглеждането на зеленчуци също така необходим като пералнята и хладилника.

Когато бил на 10, Огнян прочел прогнозата, че един ден във всеки дом ще има компютър - звучало като фантастика. Оттогава са минали около 20 години и това вече е реалност. Ето защо той вярва, че не е далеч времето, когато във всеки дом ще има и умнен шкаф за производство на зеленчуци и подправки. Обществото постепенно узрява за новостите и ако има предлагане, се появява и търсене. Така и малката ферма може да намери път до нашите домове, за да ни осигури по-добро качество на живот. При поява на подходящи инвеститори и финансиране идеята бързо ще стигне до пазарна реализация.



# АЛТЕРНАТИВНИЯТ ПЪТ НА КОПРИНАТА

автор: **Владимир Митев**

**П**рез май т.г. Китай събра държавните лидери на 29 държави и представители на десетки други страни на най-мощната си среща на върха за годината в Пекин, която бе посветена на реализирането на гигантската инициатива за

инфраструктурно свързване на Евразия „Един пояс, един път“. България нямаше представител на този форум, докато държави от региона като Унгария, Сърбия и Гърция имаха. Сред отсъстващите беше и една държава с доста по-голяма тежест в световните дела от нашата – Индия.



## ИНДИЯ, ИРАН И РУСИЯ СА КЛЮЧОВИТЕ ЗВЕНА НА ТРАНСПОРТНИЯ КОРИДОР СЕВЕР - ЮГ, КОЙТО СЕ БОРИ ЗА МЯСТО ПОД СЛЪНЦЕТО

Запитан защо Ню Делхи не присъства на форума, индийският външен министър Гопал Баглай бе цитиран от Ройтерс, че страната му не може да приеме проект, който вреди на нейния суверенитет. Позицията на държавата от субконтинента е, че един от ключовите подпроекти на китайската инициатива преминава през Кашмир, който е спорна територия с Пакистан. Исламабад, също като Ню Делхи, е ядрена сила, а две от трите войни между двете многомилionни държави са били за Кашмир.

Фактът, че транспортен коридор ще минава през Кашмир, може да се възприеме и другояче – че търговията

ще хвърли мостове там, където сега има фронтови линии. И от това полза ще има не само Китай, но и страни като Индия и Пакистан. Баглай обаче се опасява и от нещо друго – задлъжняването на участниците в инициативата. Китайската идея за „Път на коприната“ е критикувана, че нейните домакини ще имат трудности да изплащат заеми по гигантските инфраструктурни проекти, реализирани от китайски компании и банки.

Всъщност, Индия има алтернативна идея за „Път на коприната“. В нейния случай обаче свързаността не е между Изтока и Запада, а между Севера и Юга. Списание Forbes писа през юни за идеята, която предвижда да свърже Индия и Русия чрез маршрут, пресичащ Индийския океан, Иран и Каспийско море. Превозваните товари ще достигат до иранското пристанище Чабахар (в близост до пакистанската граница) или до Бандар Абас (пункт, разположен на Персийския залив по запад), тръгвайки от индийски портове. След това по жп линия ще се транспортират до Бандар Анзали на Каспийско море и ще се прехвърлят на руска територия.

Алтернативен път би могъл да бъде по суша през Република Азербайджан. През август 2016 г. държавните глави на Русия, Азербайджан и Иран се срещнаха в Баку, за да дискутират именно по-интензивно икономическо взаимодействие, включително в областта на инфраструктурата и на жп превозите, така че да улеснят движението на стоки от Индийския океан към Скандинавия.

В момента товарите от Индия за Русия минават по вода през Арабско море, Суецкия канал, Средиземно море, Северно море и Балтийско море. Това отнема поне 45 дни. Очакванията са при развитие на инфраструктурната свързани по коридора Север – Юг това време за транспорт да намалее с 30%, а разходите да спаднат с 40%.

Индия от години показва желание да интензифицира връзките си по оста Север – Юг, като използва например иранското пристанище Чабахар, откъдето да доставя стоки през Афганистан и в Централна Азия. Тази година Индия, заедно с Пакистан, се присъединиха към Шанхайската организация за сътрудничество. Ню Делхи обмисля и свое евентуално присъединяване към Евроазиатския икономически съюз, където в момента членуват Русия, Беларус, Казахстан, Киргизстан и Армения.

Ако всички политически и икономически намерения на

Индия се реализират, неочаквано може да се окаже, че Централна Азия се превръща в своеобразен център на света, тъй като тя ще бъде пресичана както от инфраструктурните връзки на Китай с Европа, така и на Индия с Русия.

Проектът, за който Forbes пише обаче, не е нова идея, а съществува от десетилетия. Още през 90-те години Русия и Иран, озовали се изолирани от някои регионални общности, решават да създадат алтернативни транспортни маршрути, като възстановят връзките си от съветско време и изградят съответната пристанищна и железопътна инфраструктура, пише през 2002 г. анализ на американския институт Brookings. Документът припомня, че през 2000 г. Русия, Иран и Индия подписват споразумение в Санкт Петербург, което разкрива визията за транспортния коридор Север – Юг.

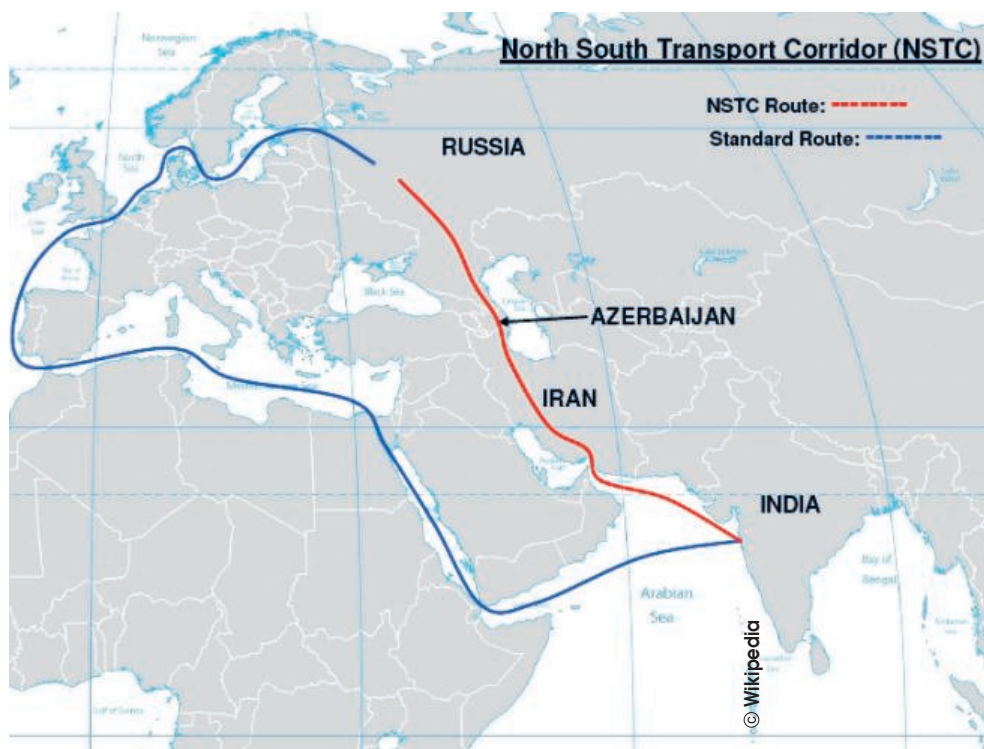
В съветската епоха милиони тонове товари преминават от Европа през Съветския съюз към Иран или между СССР и Индия по този път. Тъй като транспортният коридор предоставя различни предимства – например по-кратък път по суша, се очакваше, че той ще стане изключително популярен в търговията. Само че европейските държави продължават да пренасят стоки за Индия през Средиземно море по два пъти по-дълъг път и през XXI век. Следвайки европейския пример, Индия също избира други маршрути, пише анализ на сайта New Eastern Outlook. Така Русия и Иран остават основните заинтересовани от коридора. Той обаче е от полза и за други страни като Азербайджан, Армения, Беларус, Казахстан, Оман, Сирия.

През август 2014 г. Иран, Оман, Катар, Туркменистан и Узбекистан подписват меморандум за разбирателство по създаването на международен транспортен коридор между Централна Азия, Персийския залив и Оманския залив. Той също се вписва в големия коридор Север – Юг. В момента Русия, Азербайджан и Иран развиват своите железопътни мрежи, за да отговорят на нуждите за транспорт по „алтернативния“ „Път на коприната“.

Световните геополитически промени изглеждат благосклонни към коридора Север-Юг. Заради военните конфликти и терористичните заплахи в арабските страни,

някои държави и компании преосмислят използването на Суецкия канал през последните години. Вдигането на санкциите над Иран в началото на 2016 г. допринася за развитието на международната търговия по него. Към 2015 г. товарите, пътували по алтернативния „Път на коприната“, достигнаха 25 млн. тона. Нарасналото взаимодействие между Пакистан и Китай по линия на проекта „Един пояс, един път“, предвиждащ мащабни инвестиции в пакистанското пристанище Гуадар, може да накара Индия да активизира отново работата си по своя алтернативен транспортен коридор.

През декември 2016 г. иранският посланик в Москва Мехди Санаи заяви, че транспортният коридор между



Картата показва трасето на коридора Север-Юг през Индия, Иран, Азербайджан и Русия към Европа и обратно

Индия и Русия не е бил никога толкова близо до реализацията си, колкото в настоящия момент. Всички участници в този проект са съгласни да го придвижат до завършеност. Иран и Азербайджан обаче имат нужда от помощ и инвестиции от други заинтересовани страни, според посланика. Той изразява благодарността на индийските и иранските си колеги към руското министерство на транспорта за подкрепата му по тази инициатива.

Forbes пише, че този транспортен коридор Север-Юг е индийска алтернатива на китайската инициатива за инфраструктурна свързаност по Пътя на коприната. Но за Москва той може да се окаже едно средство Евразия, Близкият изток и Централна Азия да се свържат икономически, което би улеснило и разрастването на Евразийския съюз. И тогава Пътят на коприната няма да свързва само Изток със Запад, но и Север с Юг.



# INSA<sup>®</sup>

## MOTOR OILS



ВИСОКОКАЧЕСТВЕНИ МАСЛА  
С ОДОБРЕНИЕ ОТ API



**online shop**  
[www.insa-motoroils.com](http://www.insa-motoroils.com)



# КИТАЙ ЗАВЛАДЯВА АФРИКА

автор: Александър Александров

**Е**два ли Африка е първият регион, за който се сещате, когато мислите по теми като чуждестранни инвестиции и икономически перспективи. От Либия и Египет, през Южен Судан и Сомалия, до Нигерия – континентът е осеян със зони на военни действия, войнстващи ислямистки групировки, морски пирати и всевъзможни други заплахи. Въпреки това анализатори вече виждат в някои африкански държави следващите икономически тигри и

предупреждават, че европейските и американски компании трябва сериозно да се замислят за бъдещото си присъствие там. Нещо повече – според мнозина това е възможност, която Западът е на път да пропусне, тъй като през последните години в региона вече агресивно се настанява друг сериозен геополитически играч – Китай.

Компании от азиатската страна в момента навлизат



## ПОДНЕБЕСНАТА ИМПЕРИЯ УВЕЛИЧАВА ИНВЕСТИЦИИТЕ СИ НА ЧЕРНИЯ КОНТИНЕНТ, ОПАСВАЙКИ ГО С МРЕЖА ОТ ДЪЩЕРНИ ДРУЖЕСТВА, ИНФРАСТРУКТУРНИ ПРОЕКТИ И ДОРИ ВОЕННИ БАЗИ

почти навсякъде в Черния континент. Многомилионни проекти за пътища и жп линии, финансирани със заеми от китайски банки, се изпълняват от китайски строителни концерни. Само през 2014 г. обемът на строителните проекти, стартирани в Африка от корпорации от Поднебесната империя, е надминал зашеметяващите 100 млрд. щ. долара. Строителството обаче е само една от многото икономически сфери, в които отношенията между Китай и африканските страни процъфтяват.

Азиатският гигант има неутолим глад за ресурси като петрол, злато, платина, минерали и други полезни изкопаеми, и е способен да купи почти всичко, което се добива от недрата на Черния континент. От друга страна местното население изпитва нужда от всевъзможни потребителски стоки – от модерни дрехи и обувки, през домакински принадлежности, до потребителска електроника. Което превръща Африка в

### огромен нов пазар

за фабриката на света, както мнозина наричат Китай. Отношенията са взаимно изгодни. Страни като Кения, Замбия, Зимбабве и Джибути могат значително да увеличат стандарта на живот на своето население, изграждайки нова инфраструктура и допускайки китайски вносители на разнообразни масови продукти. Китай, от своя страна, може да спечели както икономическо, така и политическо влияние. Затова не е случайно, че първата военна база на страната зад граница е именно в африканска държава - Джибути. Увеличавайки своята мощ, комунистическата страна вече търси възможности за военно присъствие в различни региони на света и Африка е логичният избор.

Не на последно място, Пекин може да използва слабо заселения африкански континент и за да реши поне частично проблема с презаселването на своите мегаполиси. Процес, който впрочем се случва още от началото на века. Само през първото десетилетие без много шум над 700 000 китайци са отишли да работят в Африка и повечето от тях вече са се установили да живеят там. И тази миграция, която мнозина наричат най-мощното придвижване на хора в съвременната ни история, продължава. От инженери и ИТ специалисти, до общи работници – нови и нови граждани на Поднебесната империя се местят в африкански държави, в опит да се възползват от престоящия според мнозина икономически растеж на континента.

Мнозина отиват като наемни работници, но след това

се захващат със собствен бизнес, възползвайки се от липсата на всевъзможни продукти на африканския пазар и от лесния си достъп до фабриките в родината. Такъв е например случаят с Ян Хао, който се премества в Кампала още през 1999 г. и днес е сред най-големите работодатели в Уганда с няколко компании, в които работят над 1200 местни служители. Започнал като вносител на малки количества обувки, постепенно той е разширил дейността си, включвайки търговия с раници, велосипеди, рибарски принадлежности, голямо заведение, отделни компании за услуги в областта на сигурността, търговия с потребителска електроника, лекарна и др.

Междувременно китайските авиокомпании продължават да разкриват нови линии до африканските градове, а правителството открива нови посолства и подписва договори за икономическо сътрудничество с все повече страни от региона. В някои от тях като Ангола и Кения вече има цели китайски градчета, които се разрастват с бързи темпове. Някои западни анализатори вече виждат в тези процеси

### заплаха от ново колонизиране

на Африка, а местните жители, чиито прадедовци са преживели една колонизация, стават все по-чувствителни на тази тема. Китайците обаче най-често отговарят, че точно на Запада най-малко му отива да обвинява другите в колониални амбиции.

Истината е, че настоящото навлизане на китайския бизнес на африканските пазари се отличава значително от това, което са направили европейските колонизатори преди повече от сто години. Днес никъде няма да видим претенции от страна на комунистическата страна за политическа зависимост и колониален статут на местните правителства. Най-малкото защото такива са времената – африканските народи вече са усетили вкуса на демокрацията и макар някои от тях да не се справят твърде добре в тези условия, а диктаторските режими да са не по-малко от демократично избраните правителства на континента, все пак никой не би приел да се кланя на нови колониални владетели. Да – икономически зависимости са на лице, но е трудно да се прецени в каква степен те се отличават от влиянието, което някои американски, европейски и японски корпорации имат в различни краища на света. По всичко личи, че Китай вече е усъвършенствал правилата на икономическата игра и днес е на път да отбележи първата си по-голяма победа срещу Запада в един от най-динамичните региони на света. ■

# НОВА ЗАЩИТА НА ЛИЧНИТЕ ДАНИ

С РЕГЛАМЕНТ 2016/679 ЕВРОПА СЕ ОПИТВА ДА ВЪВЕДЕ РЕД В СЪХРАНЕНИЕТО И ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ЛИЧНИ ДАНИ. МЯРКАТА ВЕРОЯТНО ЩЕ ИМА ПОЛЗОТВОРЕН ЕФЕКТ ЗА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ, НО МОЖЕ ДА СЪЗДАДЕ РЕДИЦА ПРОБЛЕМИ ЗА БИЗНЕСА

автор: **Александър Александров**

През последните години дигиталните технологии промениха осезаемо живота на всички ни. Нови онлайн услуги и мобилни приложения улесниха комуникацията помежду ни, споделянето на информация, маркетингането на услугите на малкия и среден бизнес. Пазаруването вече става електронно, а разплащанията, административните услуги, достъпът до здравеопазване и обучение са на път да го последват. Всичко това създаде много нови възможности за бизнес и направи по-добър живота на гражданите. Но и донесе със себе си нови рискове и заплахи.

Без да се усетим, ние почти изцяло се отказахме от важни традиционни ценности като личната неприкосновеност. Информацията за нашите контакти, местоживеење, номерата на личните ни документи и на банковите ни карти циркулира свободно из виртуалното пространство като част от големи масиви от данни – собственост на мощни онлайн корпорации. Дори малки онлайн магазинчета, намиращи се в населено място, в което никога не сме стъпвали и разполагащи с персонал от един – двама души, днес биха могли да знаят повече за нас, нашите вкусове и навици, отколкото собствените ни роднини и приятели.

Тези промени ще станат още по-дълбоки под въздействието на нови технологии като изкуствения интелект и „Интернет на нещата“ (Internet of Things), които тепърва предстои да навлязат в живота ни по-масово. Данните са новият „петрол“ на съвременния свят, с тази разлика, че треската за този

## безценен ресурс

не е насочена към отделни богати на залежи местности, а обхваща целия свят. Използването на личните данни на потребителите се оказва една от основните причини за критики към някои от най-разпознаваемите онлайн услуги и платформи като Facebook и Google. Сблъсък, който тепърва предстои да се засили в бъдеще.

В тези условия Европейският парламент се опитва да въведе ред в хаоса, създавайки изцяло нов регламент за защита на личните данни на потребителите на континента. Нормативният акт се нарича Регламент (ЕС) 2016 / 679 на Европейския парламент и Съвет. Приет е на 27 април 2016 г. и предстои да влезе в сила през май 2018 година. С него ще бъде заменена Директива 2002/58/ЕО, която към момента регулира обработката на лични данни и защита на правото на неприкосновеност, но според мнозина е много остаряла и не взема предвид най-новите тенденции в сегмента на онлайн услугите.

Новият регламент действително въвежда някои важни защити на потребителите, но може да създаде и сериозни проблеми на бизнеса. А според експерти от технологичния бранш – дори да доведе до забавяне на ръста, който наблюдаваме през последните години в перспективни сегменти като електронната търговия.

Регламент (ЕС) 2016 / 679 ще важи за всяка една организация, която обработва лични данни на европейски гражда-



ни – нейни клиенти, потребители, служители или партньори, без значение дали тя самата се намира в Европейския съюз. Документът въвежда редица права на гражданите – субекти на данни, включително право на информираност, на достъп до личните им данни, на коригиране, изтриване (т.нар. право да бъдеш забравен), на ограничаване обработката от страна на администратора, на преносимост на личните данни между отделните администратори, както и на възражение срещу обработването на лични данни.

Специално внимание е отделено на децата, които в общия случай не са добре запознати с правата си и с рисковете и възможните последици от неправомерното обработване на данни. С тях всеки обработващ лични данни трябва да комуникира с ясни и лесноразбираеми формулировки, за да се увери, че те ще го разберат. За деца под 16 години обработката на лични данни може да се осъществява само ако е на лице съгласие от родител.

Надзорен орган по новия регламент ще бъде Комисията за защита на личните данни, която може да разглежда жалби от страна на физически лица, да извършва проверки и да санкционира нарушителите.

### Задължения на администраторите

Новият регламент въвежда редица задълженията на администраторите и обработващите лични данни. Сред тях са определянето на длъжностно лице по защита на личните данни и поддържане на регистър на дейностите по обработване, за които отговаря. уведомяване на субекта на данни и Комисията за защита на личните данни при нарушаване сигурността на личните данни, документиране на

тези нарушения, последиците и предприетите мерки, оценка на въздействието върху защитата на данните, а в някои случаи – и провеждане на предварителна консултация с надзорния орган, ако тази оценка покаже, че е на лице висок риск. В регламента са посочени също и случаите когато трябва да се пристъпи към технически мерки като криптиране, псевдонимизация и др.

### Сурови санкции

Много от притесненията на бизнеса са свързани със сериозния размер на санкциите, въведени с новия регламент. Нарушителите ще бъдат санкционирани със суми до 10 млн. евро или до 2% от годишния оборот на дружеството за предходната година, като ще се избира по-високата от двете суми. Санкция, която е достатъчна да доведе до фалит по-малки фирми и би могла да откаже мнозина от стартиране на нови бизнес начинания, чието естество изисква активна обработка на лични данни. На практика перспективни нови услуги, които биха имали позитивен ефект върху обществото ни, може изобщо да не се появят поради нежеланието на предприемачите да навлизат в сфера с толкова сериозни санкции.

Тепърва предстои да разберем дали тези сурови наказания ще бъдат от полза за европейските граждани, или ще се наложи тяхната многократна пренастройка в стремежа на чиновниците да уцелят баланса между правата на гражданите и интересите на бизнеса. Единственото сигурно е, че междуременно компании от всякакъв размер и всевъзможни браншове ще се окажат изправени пред сериозни предизвикателства в опит да отговорят на новите изисквания.

# ПЕТИМА МИЛИАРДЕРИ, ЗАПОЧНАЛИ ОТ НУЛАТА

Историите за успеха на хора, започнали от нулата, е вдъхновявал много последователи. А такива съдби не са рядкост. Мнозина от хората, които днес познаваме като милиардери и успешни предприемачи, са преборили невероятни препятствия още от ранната си възраст, за да се превърнат в това, което са днес. Вижте историите на петима милиардери, които с непрестанни усилия, отдаденост и целеустременост са извървяли невероятен път, постигайки не само богатство и лична удовлетвореност, но и засягайки съдбите на милиони хора по света. И превърнали се в пример за силата на човешкия и предприемаческия дух.

автор: **Ния Илиева**

ВЪЗХОД  
94

## Джеф Безос



**Д**нес основателят на Amazon притежава 89 милиарда долара и дори за кратко в края на юли стана най-богатият човек в света, изпреварвайки Бил Гейтс. Но неговата история започва от нулата. Когато го ражда, майка му е тийнейджърка, а баща му ги напуска, когато Джеф е на 3 г. Растейки, Безос помага с грижите по животните в семейната ферма на майка си в Тексас. После семейството се мести в градче близо до Албакърки, живеейки съвсем скромно. Като млад Безос работи през летните ваканции в McDonald's. Предприемаческият му дух се пробужда още като тийнейджър, когато решава да организира научен лагер за деца, събирайки такса от 600 долара. Записва се в Принстън със стипендия и след завършване-

то започва работа в хедж фонд. И така, докато решава да основе Amazon в гаража си с революционната тогава идея да промени начина, по който светът пазарува. Днес компанията е най-големият онлайн търговец, а Безос е в топ 3 на най-богатите хора в света.

## Хауърд Шулц

**Г**лавният изпълнителен директор и собственик на Starbucks расте в бедност в дом в Бруклин, предоставен по програма на общината. Като дете се занимава активно със спорт, играейки бейзбол, футбол и баскетбол, но така си осигурява стипендия за Северния университет на Мичиган. Той е първият човек от семейството, който отива да учи в колеж. След завършването Шулц работи 4 години в Херох, преди да се прехвърли на работа в Hammerplast – шведска компания за кафе. А през 1981 г. се озовава в Starbucks като маркетинг специалист. Но мечта-



## ЖИВЕЛИ В КРАЙНА БЕДНОСТ КАТО ДЕЦА, ТЕ СА ПРИМЕР ЗА СИЛАТА НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИЯ ДУХ

та му е да има собствено кафене. Затова напуска. И само след 2 години се завръща, купувайки цялата компания за 3,8 млн. долара. Днес състоянието на Хауърд Шулц се оценява на 3 млрд. долара.

### Опра Уинфри



Историята на Опра знатно е известна, защото са я чули от телевизионния екран. Като дете тя расте в изключителна бедност в селце в Мисисипи през 50-те и 60-те години на миналия век. Отгледана е само от майка си и е преживяла сексуално насилие, дори нежелана бременност в тийнейджърските си години. Семейството ѝ е било толкова

бедно, че ходела на училище с рокля, направена от чувал за картофи, защото нямали пари за дрехи. Въпреки това обаче баба ѝ винаги настоявала Опра да учи. И тя успява да получи пълна стипендия за Държавния университет на Тенеси, където завършва Комуникации. Опра става първата чернокожа в новините и първата чернокожа водеща на новини в канала WLAC в Нашвил. През 1983 г. ѝ поверяват токшоуто „AM Chicago“, което имало много нисък рейтинг, и тя успява да го направи най-популярното предаване на телевизията само за година. През 1986 г., когато е на 32 години, тя започва да води „Шоуто на Опра Уинфри“, което веднага се превръща в хит и остава най-гледаното предаване от този тип до края си през май 2011 г. – цели 25 години. Днес състоянието на Опра се оценява на 3,2 млрд. долара.

### Лари Елисън

Основателят на Oracle също има тежко детство. Още като много малък майка му се разболява от тежка пневмония и го изпра-



ща за отглеждане на близък роднина емигрант в Чикаго. Вторият му баща непрекъснато му повтарял, че от него няма да стане нищо. Когато е второкурсник, осиновителката му почива и той напуска Университета на Илинойс, преди да е взел последните изпити. Изкарва един семестър в Университета в Чикаго, преди отново да напусне и да замине за Калифорния. Малко след това основава Software Development Laboratories с още двама партньори. Всеки от тримата инвестира по 2000 долара. През 1982 г. те сменят името на компанията на Oracle Systems Corporation, на името на основния им продукт – базата данни Oracle. Днес дружеството е един от най-големите софтуерни гиганти, а богатството на Лари Елисън се оценява на 58 млрд. долара.

### Ян Кум



Ян Кум емигрира от Украйна в САЩ с майка си и баба си, когато е 16-годишен. Тримата се настаняват в двустаен апартамент в Маунтин Вю, Калифорния, чрез програма за социално подпомагане. Като тийнейджър Кум работи в универсален магазин, а майка му като детегледачка, за да се издържа. Когато не е на работа, той сам учи компютърни науки. На 18 г. записва програмиране в Държавния университет на Сан Хосе. Започва работа в Yahoo през 1997 г. като инженер.

През 2009 г. Кум, заедно с Брайън Актън създават приложението за съобщения WhatsApp, което по-късно е придобито от Facebook за 19 млрд. долара. Кум отива да подпише договора за милиардното поглъщане на стъпалата на офиса за социални грижи, където с майка му ходели да получават купоните си за храна при пристигането си в САЩ. Днес състоянието му се оценява на 9,6 млрд. долара.

# МЪСК срещу ЗУКЪРБЪРГ

автор: Александър Александров

**Е**диният е основател на най-влиятелната социална мрежа в света, която милиарди хора използват всеки ден. Другият – на платформата за електронни разплащания PayPal, улеснила живота на милиони потребители, на частната космическа компания SpaceX, която направи много по-достъпно достигането до околоземна орбита и на производителя на високоскоростни електрически автомобили Tesla. Те се сблъскаха в публичното пространство, а залогът се оказа ни повече, ни по-малко бъдещето на човешката цивилизация.

Марк Зукърбърг и Илон Мъск – двама от най-влиятелните технологични визионери, направили милиарди от своите иновативни начинания, са на различно мнение за една от най-футуристичните човешки технологии, която има потенциала да промени всичко около нас – изкуствения интелект.

Мъск неведнъж е изразявал тревога от поумняването на машините и възможността те да достигнат ниво на интелект, сравнимо с нашето. Както вече сме писали в сп. „Икономика“, преди около година и половина визионерът отправи сериозни предупреждения, че неконтролиран изкуствен интелект би могъл да се окаже

## ПО-ОПАСЕН ОТ АТОМНИТЕ БОМБИ

Тогава неговата позиция беше подкрепена от други „умни глави“ от технологичния бранш като съоснователя на Apple Стив Возняк и този на Microsoft – Бил Гейтс, както и от известния физик и популяризатор на науката Стивън Хокинг. Малко по-късно Илон Мъск дори създаде собствена платформа за развитие на изкуствен интелект, за да е сигурен, че това ще се случва под неговия контрол и този на обществеността. Стъпка, която обаче не намали критичното му отношение.

В неотдавнашна своя реч пред асоциацията на американските губернатори милиардерът посочи, че спешно се нуждаем от регулации в сферата на развитието на умните машини. Според него, ако не го направим сега, може скоро да се окаже твърде късно, защото секторът ще стане прекалено независим и би могъл да се превърне в заплаха за националната сигурност. Дори и най-черните сценарии да не се сбъднат, корпорациите, които развият собствени системи за изкуствен интелект, просто ще станат прекалено могъщи и може да обезсмислят съществуването на останалите.



© Shutterstock

Едва ли хората, които следят изказванията на Илон, са били изненадани от това предупреждение, което идва след поредица от други критични изказвания на милиардера по темата. Това, което учуди мнозина, обаче се оказа включването в дискусиата на Марк Зукърбърг, който в една своя видеосесия на живо през Facebook посочи, че е оптимист за развитието на умните машини и не разбира хората, които **отричат тази технология**

и правят предсказания за настъпването на края на света, визирайки очевидно Мъск. „Това е наистина негативна реакция и според мен е безотговорна“ - добави Зукърбърг.

Той посочи още, че именно изкуственият интелект прави



## КАК ДВАМАТА ТЕХНОЛОГИЧНИ ВИЗИОНЕРИ СЕ СБЛЪСКАХА ПО ВЪПРОСА ЗА ЗАПЛАХИТЕ НА ИЗКУСТВЕНИЯ ИНТЕЛЕКТ



възможни автономните автомобили – нещо, с което Мъск е много добре запознат, и освен това същата технология помага много за развитието на редица браншове като здравеопазването, транспорта и тепърва ще променя много други индустрии. „Тя ще подобри всеки бизнес, всяка правителствена организация и всяка филантропска инициатива“ - добави още той и постави въпроса: ако сме наясно, че изкуственият интелект ще ни помогне толкова много, откъде идват всички тези страхове. Все пак основателят на Facebook се съгласи, че макар и на този етап някои екстремни сценарии, наподобяващи филмовата поредица „Терминатор“, все още да са твърде невероятни, Илон Мъск има право, че те могат да се превърнат в проблем в бъдеще.

Отговорът на основателя на Tesla не закъсня – броени дни след изказването на Зукърбърг той отговори в социалната мрежа Twitter кратко и ясно, посочвайки, че разбиранията на Марк по темата са ограничени.

Въпреки спора между двамата технологични визионери, позициите им все пак имат

### ДОПИРНА ТОЧКА

като те са съгласни, че от момента, когато компютрите ще достигнат човешко ниво на интелигентност, ни дялят поне няколко десетилетия. Освен това и двамата са на мнение, че дали ще възникнат проблеми, зависи от това как човечеството реши да разработи и след това да използва тази технология.

Като имаме предвид технологичното развитие до този момент обаче, вероятно има причина да бъдем песимисти. Много от иновациите, променили обществото ни през последните десетилетия, са създадени първо за военни цели и едва впоследствие е допуснато тяхното цивилно приложение. А това може да бъде

### ПОВОД ЗА ТРЕВОГА

Онези технологии, които са разработени от частни корпорации за цивилна употреба, пък са подчинени на тяхната основна цел – печалбата, което понякога се случва за сметка на някои морално-етични норми. Това също би могло да бъде повод за тревога. И накрая – днес терористичните организации и организирани престъпни групи се развиват бързо в сферата на дигиталните иновации, вече имат на своя страна мощни хакерски структури и не е изключено след време да се сдобият с безконтролен изкуствен интелект.

А ако това стане, може да се окаже, че сравняването на умните машини с атомните бомби е напълно реалистично. И призивите за сериозна регулация на този вид технологии са всичко друго, но не и пресилени. Затова и ако допуснем, че изкуствен интелект, сравним с човешкия, изобщо може да бъде разработен – нещо, което все още е рано да се твърди със сигурност, може би най-добрата идея е своевременно да бъде създаден набор от правила и стандарти, който да гарантира, че тази мощна технология ще се използва етично и няма да се превърне в заплаха за цивилизацията ни. И е от ключово значение с този процес да се ангажират както корпорациите, развиващи подобни системи, така и организации като IEEE, спомогнали за стандартизирането на днешните мрежови технологии, правителствените институции и медиите.

# ОТИВА ЛИ СИ МР3 ФОРМАТЪТ

ПОГЛЕД КЪМ ИСТОРИЯТА НА ТЕХНОЛОГИЯТА  
22 ГОДИНИ СЛЕД ОФИЦИАЛНОТО ѝ ПОЯВЯВАНЕ

автор: Владимир Митев

По-рано тази година англезичните медии отрази-ха масово „новината“, че файловият формат mp3 е мъртъв. Така по същество препредадоха прес-съобщение на собствениците на патента за този формат за възпроизвеждане на аудиофайлове – германския институт за дигитални медийни технологии Fraunhofer. Организацията извести на света, че на 23 април 2017 г. патентът за mp3 в Щатите е изтекъл, което слага край... на отчисленията, които получават за ползването му. Така че, както гласи популярната фраза – „Слуховете за смъртта на mp3 са силно преувеличени!“.

Технологиите не умират, когато техният създател реши или когато патентът за тях изтече. В много случаи дори заживяват нов, по-бурен живот, щом вече са свободни за ползване. Патентите за известните анимирани картинки GIF изтекоха преди 10 години, но технологията всъщност преживява бум оттогава насам. Форматът за снимки JPEG също вече е „стар“, но продължава да е изключително популярен. Затова и mp3 вероятно ще продължи да бъде ползван още време. Устройствата, които го ползват - mp3 плейъри, компютри, таблети, ще продължат да го възпроизвеждат. Некрологът, разпространен за този файлов формат обаче, е повод да се върнем назад във времето и да си припомним славната история на mp3.

В началото бе в Германия през 80-те години. И изследователят Карлхайнц Бранденбург. „Не ми харесва титлата „бащата на mp3“. Но определено участвах през цялото време на изследванията, които изведоха технологията до пазара“, казва той, цитиран от американското национално радио NPR. Медията обобщава историята на mp3 като разказ за това как интелектуалната собственост става стока, за която ще се водят най-големите войни в интернет. Но в началото, разбира се, е иновацията.

През 1982 г. Бранденбург се сблъсква с предизвикателство. Ръководителят на неговата докторантура иска да бъде разработен начин за пренос на данни от компютър до компютър. Бранденбург се опитва да създаде технология, чрез която данните да се пренасят по цифрова телефонна линия. Ръководителят му заявява в прав текст, че не могат да бъдат патентовани невъзможни неща.

Първият успех идва за изследователя през 1986 г., когато патентова иновация, залегнала в основата на mp3 и преноса на данни по цифрова мрежа с интегрирани услуги (ISDN). Опитът на Бранденбург с компресирането на аудио-записи го отвежда до създаването на стандарти за аудио, приети от Moving Picture Experts Group – екип от експерти



към Международната организация за стандартизация, които се опитват да вкарат видео във формат за компактдискове. Всъщност mp3 е съкращение на MPEG 1 Audio Layer 3 – аудиостандарт, който дава най-добро качество при най-ниските възможни нива на информационен трафик. Постижението е наистина сериозно – форматът позволява да се намали размерът на аудиофайловете с 95% спрямо този, който те имат, когато са записани на компактдиск. Отваря се и възможност за създаването на нови цифрови устройства – mp3 плейъри.

За официална рождена година на новия файлов формат се смята 1995 г. Първият успешен опит за неговата употреба обаче е от 1987 г., когато песента на Сюзън Вега Tom's Diner е конвертирана в mp3. Ето защо певицата е наричана шеговито „майка на mp3“.

През първите няколко години mp3 се утвърждава бавно. Краят на 90-те го прави обаче изключително популярен формат. Най-напред австралиец закупува от института Fraunhofer софтуера за кодиране в mp3 формат, след което го прави общодостъпен за всеки в света под лиценза за безплатен софтуер. Това отваря възможност за множество други програми да интегрират в себе си възможността песните от компактдисковете да бъдат конвертирани като mp3 файлове.

Появява се и прочутият аудиоплейър, отворен специално за mp3 формата, наречен Winamp. Милиони хора по целия свят си правят собствени бази данни от mp3-ойки.



Благодарение на програми като Napster, Gnutella и eDonkey започва обмен на музика в интернет с огромни мащаби. Малките размери на mp3 файловете и доброто качество на техния звук улесняват разпространението на песните извън официалния ред за дистрибуцията им.

Възходът на mp3 е улеснен и от навлизането на mp3 плейърите. В началото на 90-те години самият Fraunhofer се опитва неуспешно да създаде mp3 плейър, който да продава като пазарен продукт. Оказва се, че форматът трябва да набере скорост благодарение на възможността за споделяне на файлове, навлизането на интернет и на софтуера за конвертиране от компактдиск във файлове, за да се създаде подходяща среда за mp3 плейъри.

Появата на преносимия медиен плейър на Apple iPod допълнително утвърждава значението на mp3 за всички меломани. Докато първите mp3 плейъри имат памет 32 MB, iPod Classic може да съхранява 160 GB информация, която може да се разшири до 240 GB или с други думи до 1 000 000 mp3 записа. Разбира се, навлизането на технологиите за споделяне на mp3 файлове води и до интернет война между компаниите, които държат правата за музиката, и онези, искащи да си споделят свободно файлове. Платформата за споделяне на музика Napster става една от жертвите в този конфликт...

Бранденбург продължава да работи за института Fraunhofer десетилетия след създаването на mp3. Той признава, че в края на 90-те години „Mp3 е технически

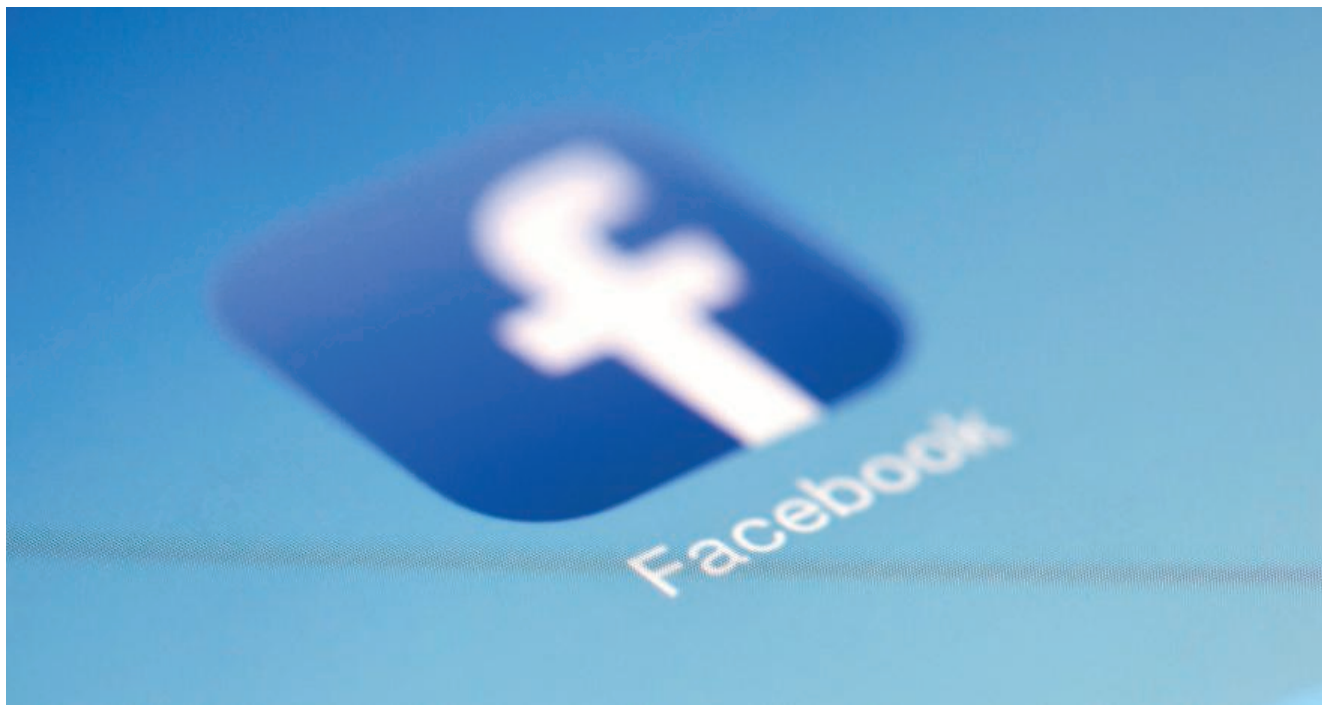
най-добрата система и в същото време тя е достъпна за всеки. Това я превръща в технически стандарт и форматът, който може днес да бъде изпълнен на всички устройства, възпроизвеждащи музика. Това означава, че всеки трябва да поддържа този формат и напред, когато създава продуктите си.“

Форматът mp3 отдавна е навлязъл в зрялост. Но вече има по-добри формати за възпроизвеждане на музика. Един от тях - aac (Advanced Audio Coding) отново е разработен от института Fraunhofer. Aac е де факто стандартът за сваляне на аудио и видео на мобилните телефони. Той се използва от платформи и фирми като iTunes, YouTube, Nintendo, Nokia и други с интереси в аудиобранша.

По същество aac е по-ефективна и по-функционална версия на mp3. Той предлага подобро качество на звука при подобни на mp3 останали характеристики като например размер на файла. Съществуват и други формати, които предлагат по-голяма компресия и добро качество, така че конкурират mp3.

Все пак aac е добър само ако се слуша музика при ниски скорости на възпроизвеждане, пише сайтът Make Use Of. Aac може и да пести място, но днес интернет скоростта и паметите предлагат широки възможности за възпроизвеждане и на по-големи аудио- и видеофайлове. Освен това aac все още има нужда от лиценз, докато mp3 вече няма такава. Така че mp3 не е мъртъв. Може би дори тепърва ще започва вторият му живот...

# НОВИТЕ ДРЕХИ на FACEBOOK



автор: **Александър Александров**

С тартирала от студентската стая на Марк Зукърбърг и Едуардо Саверин в Харвард, Facebook за няколко години се превърна в една от най-влиятелните онлайн корпорации в световен мащаб, конкурирайки успешно гиганти като Google, Microsoft, Apple и Amazon. А след придобиването на перспективни социални услуги като Instagram и WhatsApp, както и на очилата Oculus Rift, компанията показва, че е готова да участва в играта „всеки срещу всеки във всеки ИТ подсегмент“, в която отдавна са се усъвършенствали останалите водещи играчи в сектора. Сега само за около месец Facebook анонсира едновременното си навлизане в три нови пазарни сегмента, които според анализаторите са едни от най-горещите сфери на развитие на технологиите.

## Телевизионни услуги

В наши дни стана изключително

трудно да се различи традиционен телевизионен оператор от онлайн услуга за видео стрийминг. И за това е виновна предимно Netflix, която със своите оригинални продукции, достъпен абонамент и възможността за лесен онлайн достъп преобърна представите в този бранш. YouTube много скоро я последва, променяйки бизнес модела си все повече към достъп до качествено авторско съдържание. Amazon и Apple също имат амбиции в този сегмент.

Изненадващо през август всички те, както впрочем и телевизионните оператори от традиционен тип, се оказаха изправени срещу нов силен конкурент – Facebook. Социалната мрежа анонсира новата си услуга Watch, която ще предложи на потребителите ексклузивен достъп до хиляди спортни, риалити и документални предавания. Първоначално тя ще заработи в САЩ, но скоро след това ще бъде пусната и в други

страни по света.

Стъпка, с която оглавяваната от Марк Зукърбърг компания на практика прави ясно разграничение между публикуването и стриймването на видео клипове в рамките на социалната мрежа и качествената телевизионна услуга. Все пак Watch ще се възползва и от някои от предимствата на социалните медии. С нея потребителите ще могат да коментират и споделят клиповете, а съдържанието, което им се предлага, ще бъде персонализирано. Ще има опция и за създаване на социални групи, посветени на различни продукции и теми.

Дали новата услуга ще се наложи сред потребителите, все още е рано да се каже. Да, социалната мрежа разполага със своите 2 милиарда потребители по цял свят, както и с три от четирите най-популярни месинджър приложения – Messenger, WhatsApp и Instagram. Нейните кон-

# ОНЛАЙН КОМПАНИЯТА СЪЗДАВА СОБСТВЕНА ТЕЛЕВИЗИЯ И НАВЛИЗА В ХАРДУЕРНИЯ СЕГМЕНТ С МОДУЛЕН СМАРТФОН И ЛИЧЕН АСИСТЕНТ ТИП AMAZON ECHO

куренти обаче също имат стабилни позиции в сегмента на телевизионните услуги, а също през август стана ясно, че в бранша навлиза още един знаков играч – Disney обяви, че изтегля своите продукции от Netflix и предстои догодина да пусне собствена стрийминг услуга. Със сигурност за телевизионния пазар предстоят интересни времена.

## Конкуренция на Amazon Echo

Макар и все още да не е особено популярен в България, Echo вече е хит в САЩ и някои други страни по света. Създаденият от Amazon продукт представлява малко цилиндърче, което може да разпознава гласа на своя собственик и да отговаря на въпроси и команди. То е интегрирано с различни онлайн услуги и „умни“ домашни електроуреди, може да пазарува, да проверява какво ще е времето и какво ли още не. Пълноценен личен асистент, но затворен в цилиндър, вместо в смартфон, подобно на тези, създадени от Apple, Microsoft и Google. Напоследък Echo не просто се наложи като своеобразен „дигитален приятел“ на все повече потребители, а и се превърна в бързо разрастваща се нова екосистема от приложения и цял нов пазарен сегмент.

Затова и новината едва ли може да бъде изненада за някого: Facebook също разработва подобен продукт, който се очаква да е на пазара в началото на 2018 година. Той ще разполага с 15 – инчов тъчскрийн дисплей. Любопитно е, че първият Echo няма екран, но неотдавна Amazon пусна на пазара подобен модел – Echo Show, който разполага с такъв.

За сега от социалната мрежа не са потвърдили официално информацията, но според сайта Business Insider, устройството се разработва от тайнственото хардуерно подразделение Building 8 (Сграда 8) на Facebook. За производител пък е избран Pegatron. Сграда 8 отдавна човърка любопитството на медиите в САЩ с множеството футуристични хардуерни проекти, по които

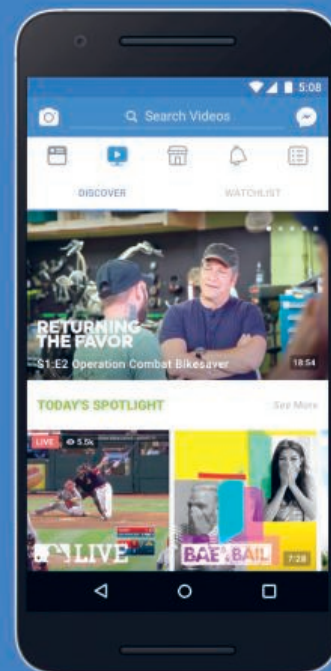
работят екипите в отдела. Сред тях са Brain Computer Interface устройство, позволяващо на потребителя да управлява компютърни системи с мисълта си, както и сензори, способни да разпознават човешки думи през кожата. Facebook вече напълни подразделението с експерти от Google, Amazon, Apple и Motorola, което показва амбициите на компанията за по-сериозно присъствие на хардуерния пазар. А това логично ни води до следващата новина от последните дни.

## Модулен смартфон

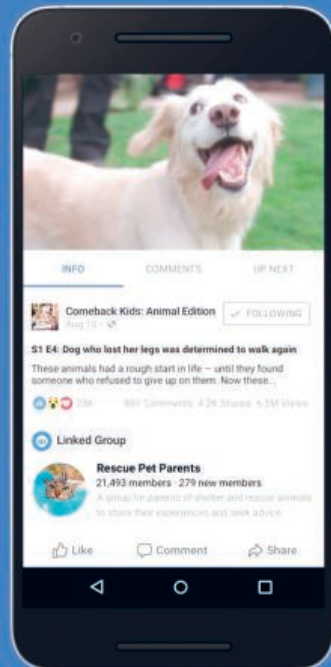
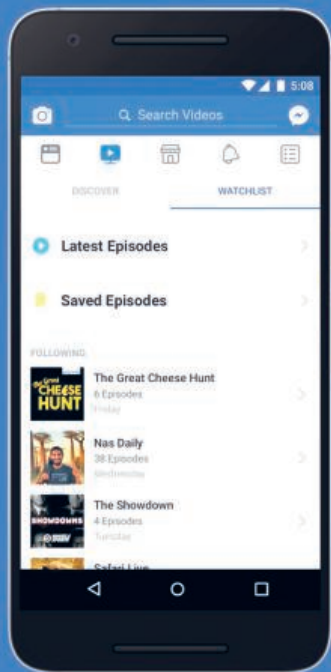
Неотдавна компанията на Зукърбърг е подала патент за модулен смартфон, наподобяващ проекта ARA на Google. Според данните от Патентното ведомство на САЩ, става въпрос за иновативна джаджа, която ще разполага с чувствителен на докосване екран, GPS и други модерни функции. Това ще позволи на потребителите да си създават собствени устройства, според специфичните си изисквания и вкус. И на практика ще превърне смартфона в платформа, за която трети страни ще могат да разработват различни допълнения и приставки.

Концепцията всъщност не е нова и Google от няколко години се опитва да я реализира под името Project ARA. Любопитно е, че някои от работещите в него специалисти неотдавна са „откраднати“ от Facebook и вече са част от споменатия по-горе отдел Building 8. Всъщност негов ръководител е именно бившата шефка на Project ARA в Google Реджина Дъган, която е и бивш мениджър в агенцията за отбранителни изследвания DARPA на Пентагона.

На този етап Facebook изглежда успява да победи своя основен онлайн конкурент в битката за хардуерни специалисти. Което означава, че много скоро светът може да установи, че социалната мрежа се е превърнала в следващия голям играч при потребителските устройства. Нещо, което въпреки някои временни успехи, не можаха да постигнат дългосрочно нито Microsoft, нито Google.



Новата услуга Watch ще предложи на потребителите ексклузивен достъп до хиляди спортни, риалити и документални предавания



: ОЧИЛАТА С ДОБАВЕНА РЕАЛНОСТ  
: СЕ ЗАВРЪЩАТ. ТОЗИ ПЪТ ТАМ,  
: КЪДЕТО ИМ Е МЯСТОТО - В СВЕТА НА  
: КОРПОРАТИВНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ

# ВТОРИЯТ ЖИВОТ НА GOOGLE GLASS

автор: **Александър Александров**

**В**не толкова далечната 2012 г. съоснователят на Google Сергей Брин анонсира официално един нов продукт, за който се говореше отдавна и в който мнозина виждаха предвестник на следващия популярен сегмент при технологичните устройства. Става въпрос за футуристичните очила с добавена реалност Google Glass, които обещаваха да извеждат направо пред очите ни цялата налична дигитална информация – социални мрежи, картографски услуги, видеосъдържание и какво ли още не, но вече интегрирана със света около нас. Слуховете се потвърдиха и Google представи точно такова устройство, а анализаторите се надпреварваха да прогнозират как то ще промени всичко и ще остави в забвение добрите стари смартфони.

По онова време сегментът на добавената реалност (augmented reality) все още едва прохождаше, Google създаде своята игра Ingress, позволяваща на геймърите да водят виртуални битки в истинските улици и паркове на градовете, а Pokemon Go все още дори не беше замислена. Въпреки това мнозина вече виждаха в добавената реалност огромен потенциал с нейните възможности да обедини истинския и виртуалния свят върху екрана на телефона. И вече предричаха на този технологичен сегмент бляскаво бъдеще в сфери като рекламата, продажбите, развлеченията, туризма, дори архитектурата, градоустройството и образованието. А Google възнамеряваше да превземе този нов свят, създавайки същевременно цял нов клас дигитални продукти – очила, през

които всички да достъпваме цялото виртуално съдържание.

След това започнаха проблемите. Най-неочаквано за технологичния гигант и за армията от гийкове, които тестваха в началото очилата Google Glass и разработваха приложения за тях, обществеността се оказа силно резервирана към новия продукт. Редица организации и обикновени потребители изразиха притеснения, че камерата на виртуалните очила работи непрекъснато и заснема всичко и всички, намиращи се около собственика на устройството. Нещо повече – тя би могла да прави това дори без негово знание, ако е осъществен неоторизиран достъп до очилата или просто ако някое приложение изисква това.

Всичко това накърнява правото да не бъдат заснемани и личната неприкосновеност на трети лица, които дори не са възнамерявали да носят подобни устройства по главите си.

Оказа се, че снабдени със съответните приложения, потребителите на Google Glass биха могли да използват очилата, за да разпознават лицата на непознати хора, свързвайки ги с публично достъпна информация за тях в интернет, както и че те могат да публикуват онлайн свои частни разговори, без знанието на участниците в тях.

В допълнение се появиха и предупреждения, че Google Glass може да се превърне в проблем за сигурността на обекти като летища или държавни учреждения, в които снимането



е забранено. Всичко това доведе до истинска истерия срещу използването на дигиталните очила, редица компании поставиха в своите офиси табели, забраняващи устройството, а много заведения и магазини направиха същото. На места медиите дори съобщиха за обидно отношение към хора, носещи Glass, които са наричани „скапани киборги“. В добавка хакери доказаха, че очилата могат да бъдат хакнати лесно, ако например пред тях се озове QR код, водещ към зловредна програма. А в редица страни като Русия и Украйна носенето на такова устройство се оказва направо незаконно. Вследствие на всички тези проблеми Google се принуди да замрази проекта, съобщавайки, че той няма да бъде прекратен, но ще се търсят нови възможности за неговото развитие.

Четири години по-късно компанията изглежда е намерила такива, защото съвсем наскоро анонсира новата версия на очилата, наречена Glass EE (Enterprise Edition). Или с други думи augmented reality очилата отиват там, където винаги им е било мястото – в корпоративния свят. От специфични производствени дейности, през управлението на складовите наличности и на корпоративната сигурност, до бизнес срещите – съществуват стотици начини, по които компаниите могат да се възползват от подобен продукт и Google възнамерява да им предостави тази възможност.

Новото издание на очилата вече е преминало успешно експерименталната фаза и е готово за пазара. То разполага с по-добра камера с резолюция между 5 и 8 мегапиксе-

ла, има по-дълъг живот на батерията и по-мощен процесор. Wi-Fi модулът също е подобрен, а сред новите функции са индикаторът за заснемане с камерата, както и възможността устройството да се интегрира с различни видове индустриални очила, налични на пазара. Или с други думи – Glass вече е модулно устройство, което може да се променя, отговаряйки на специфичните изисквания на различните корпорации и браншове.

Google вече представи множество възможни сценарии за употребата на очилата, включително в машиностроенето, медицината, логистиката и спедицията, както и масмедиите. Секторите, които тепърва ще се възползват от новия продукт, обаче вероятно са много повече.

Залагайки на модулния принцип, компанията вече загатна, че ще се опита да изгради поредната си нова екосистема за приложения около Glass EE. Стъпка, която със сигурност ще ѝ е нужна, защото, откакто тя прекрати производството на предишната потребителска версия на продукта до днес, няколко други играчи от ИТ индустрията представиха свои очила с добавена реалност. Включително Microsoft, която има сериозни апетити към сектора със своите HoloLens, предвидени също да се развият като устройство за корпоративна употреба. Изглежда, че първоначалният стремеж на Google да наложи масово един съвсем нов продукт ѝ изигра лоша шега и днес компанията ще трябва да навакса преднината, която изгуби през последните години.



# СБОГОМ НА ЛУКСОЗНИТЕ VERTU

автор: **Илия Лазаров**

**К**огато се заговори за луксозни мобилни телефони, всички неизбежно се сещаме за едно име – Vertu. През годините британската компания доби популярност със супер луксозните си апарати, създадени от изключително качествени и скъпи материали – злато, титан, скъпоценни камъни, дърво, крокодилска или друга рядка и скъпа кожа. Всеки отделен телефон се изработва изцяло на ръка от един човек, който се подписва върху задния панел на апарата.

Телефоните струваха от няколко хиляди до десетки хиляди паунда и само богатите можеха да си ги позволят. Vertu имаше бутици в най-популярните търговски центрове по света, редом до други лидери в луксозния сегмент. С времето компанията доказа, че знае как да се грижи за нуждите и комфорта на богатите. Тя се гордееше, че доставя „най-добрите инструменти за мобилна комуникация, ръчно изработени от нейните занаятчии в Англия, използвайки най-изящните материали и най-съвременните технологии“. Телефоните ѝ предлагаха услуги като Concierge – жив асистент, който е на разположение по всяко време и във всяка точка на света, за да резервира хотел, маса в ресторант, или да изпълни друго

желание на собственика на луксозния апарат. Асистентът се появява след натискането на специален бутон.

Притежателите на Vertu можеха да се възползват от услуги като пълна и подробна информация за държавата, където се намират, както и клубна карта за разнообразни, затворени за масовата публика сбирки и събития. Картата дава ексклузивен достъп до културни, спортни и модни събития, частни клубове. Телефоните разполагат с модерна система за сигурност и защита на данните на собственика. Ако бъде изгубен или откраднат, устройството лесно може да бъде намерено. В случай, че няма как да бъде възстановено, данните могат да се изтрият дистанционно. Но не всички бяха очаровани от телефоните на британската компания. Някои експерти определиха апаратите ѝ като „технологично скромни“, други ги нарекоха „безвкусни боклуци“.

Компанията демонстрира интересни идеи, създавайки ограничена серия телефони за любителите на Bentley и Ferrari, и давайки възможност на заможните си клиенти сами да избират мелодиите, вградени в тяхното Vertu. С цялото това внимание и лукс, британската компания поддържаше интереса на богатите, галейки егото им и карайки ги да се





## БРИТАНСКИЯТ ПРОИЗВОДИТЕЛ НА ПРЕМИУМ ТЕЛЕФОНИ НЕ УСПЯ ДА ОТГОВОРИ НА НОВИТЕ ПАЗАРНИ РЕАЛНОСТИ

.....

чувстват наистина специални. Постепенно Vertu се превърна в запазена марка на заможните и символ на висок обществен статус. За 20-годишното си съществуване, компанията винаги бе в крак с технологиите и продаде стотици хиляди луксозни телефони, но заради скъпите материали и високата цена те така и не можаха да се превърнат в масов продукт.

Бизнес моделът, базиран на минимални обеми на огромни цени, не се оказа правилната рецепта за успех. Разходите за производството и поддръжката на луксозните телефони ставаха все по-големи, а приходите от тях – все по-малко. Vertu понесе изключително тежко световната финансова криза, не можа да се пребори с много по-евтините смартфони на технологичните гиганти и започна да трупа загуби.

Последният ѝ публичен финансов отчет от 2014 г. показва загуба от 53 милиона паунда, при продажби за 110 милиона паунда. Създадена от Nokia, през последните 5 години британската компания смени няколко собственика, но така и не можа да излезе на печалба. Напротив, дълговете се увеличаваха, достигайки 128 млн. паунда през 2017 г. Vertu е в много тежка ситуация, задлъжняла е към мнозина и вече се управлява от синдик, назначен от съда.

Кредиторите ѝ са разнообразни – от доставчици като Qualcomm и Microsoft до сметопочиващата компания в Чърч Крукам в Южна Англия, където се намира производствената база на компанията. Появиха се информации, че

се бавят заплати и социалните осигуровки на служителите ѝ. Последният опит за спасение дойде от турския бизнесмен Мурат Хакан Узан, който придоби Vertu през март 2016 г. и показа амбиция да възроди луксозната марка. Узан предложи нов бизнес план, който да спаси дружеството от фалит, като намали цените на телефоните до 4000-7000 паунда.

След започналата процедура по несъстоятелност, турският бизнесмен се опита да си върне контрола върху фирмата, но успя да предложи едва 1.9 милиона паунда на кредиторите – сума, която е крайно недостатъчна, за да компенсира стотиците милиони задължения. В момента Vertu е в процес на ликвидация. Фабриката е затворена, работниците са съкратени, а активите на компанията се разпродават, за да бъдат погасени натрупаните дългове.

105 модела от музея на компанията бяха пуснати на публичен търг. Началната цена в наддаването за цялата колекция бе едва 20 хиляди паунда – толкова, колкото струваше един единствен екземпляр от нея в миналото. В крайна сметка 105-те апарата бяха продадени за 133 хиляди паунда. Преди няколко години биха стрували над 2 милиона паунда. Британската компания изглеждаше като интересна и перспективна инициатива, но не издържа на проверката на времето и новите пазарни реалности. Бутиковото и луксозното изгуби битката с масовото и достъпното.

**Приказката свърши. А Vertu вече е в историята.**



© Shutterstock

# И ANGRY BIRDS ИЗЛИЗА НА БОРСАТА

автор: **Александър Александров**

**Т**е бяха навсякъде около нас. Първо изникнаха от екраните на нашите смартфони и таблети, след това се появиха по тениските и шапките, под формата на екшън фигурки и плюшени играчи, и дори превзеха големия екран. Малки гневни пилета, които използваха новите тъчскрийн функции на първите iPhone-и и Android – телефони, за да замерват своите противници – смешни зелени прасета. Angry Birds се появява през 2009 г. като малка видеоигра за мобилни телефони, създадена от финландския

софтуерен разработчик Rovio Entertainment. Днес броят на заглавията от поредицата вече надхвърля 15, а тя отдавна се е превърнала в мащабен франчайз, включващ филмови продукции, напитки и дори увеселителни паркове с гигантски прашки като тези от играта.

## Тайната на успеха

на софтуерния разработчик е, че той първи прозря потенциала на новите мобилни операционни системи като платформа за гейминг и създаде лесно и запомнящо се

## КОМПАНИЯТА ROVIO - СЪЗДАТЕЛ НА ГНЕВНИТЕ ПИЛЕТА, ЩЕ ИЗПОЛЗВА ЛИСТВАНЕТО СИ, ЗА ДА ЗАСИЛИ ПОЗИЦИИТЕ СИ В КИНОТО И ДА РАЗВИЕ ФРАНЧАЙЗА В ДРУГИ СЕГМЕНТИ

заглавие, използващо една от най-новите за времето си функционалности на тъчскрийн дисплеите – плъзгането с пръст по екрана, с което на практика се ръководи целият геймплей в популярната игра. Добавете към това и креативен сюжет и ще разберете как едно толкова малко заглавие успя да превземе целия свят и да донесе на своите създатели милиардна пазарна капитализация.

Е, истината е, че има и още една причина за феноменалния успех на анимационните птичета – те просто бяха едни от първите. По онова време в онлайн магазините за мобилни приложения App Store и Google Play нямаше много други качествени игри и екипът на Rovio получи максимум от това, че беше сред пионерите в мобилния гейминг. Скоро след това стотици други гейм студия и издателства щяха да навлязат в сектора, привлечени от успеха на финландците и резултатът е, че днес пазарът на видеоигри е дори по-конкурентен от този при персоналните компютри и конзолите, а сред най-успешните примери се нареждат Plants vs. Zombies, Candy Crush, The Room, Egg, Clash Royale и, разбира се, големи франчайзи като играта с добавена реалност Pokemon Go. Angry Birds обаче си остана олицетворение на надеждите на десетки стартиращи разработчици по света, че могат да постигнат глобален успех, ако създадат оригинално заглавие за мобилни устройства.

### Проблемите

Именно позитивният пример на самата Rovio, който мотивира мнозина да навлязат в този сектор, парадоксално се превърна и в най-голямата предпоставка за нейните проблеми. Пренасищането на пазара с нови игри направи все по-трудно популяризирането на следващите заглавия от поредицата Angry Birds, а и в даден момент потребителите просто се измориха да изстрелват птичета с виртуални прашки. Rovio от своя страна, въпреки многобройните предупреждения на анализаторите, че държи „всичките си яйца в една кошница“, така и не успя да създаде втори успешен франчайз. Постепенно компанията поизгуби позиции, особено сред новите мобилни геймъри, чиито брой се увеличава всеки месец. А навлизането на технологии като виртуалната и добавената реалност в гейм индустрията направиха конкуренцията за вниманието на феновете още по-голяма.

Ако през 2011 г. друг иновативен гейм разработчик – компанията за социални игри Zynga – предложи на собствениците на Rovio 2.25 млрд. щ. долара за 100%

от капитала и те отказаха офертата, то днес далеч не е сигурно, че финландците биха могли да получат такава сума. В опит да стабилизира положението ръководството на компанията се принуди през март тази година да продаде на медийната група Kaiken Entertainment своето канадско подразделение за анимационни продукции. През последните две години бяха прекратени и няколко нови гейм заглавия, сред които Angry Birds Football и Angry Birds Holiday, от които Rovio се отказа буквално в последния момент.

### Решението - листване на борсата

Финландският разработчик все пак има своите позиции, които вече се простират и в редица други браншове като киноиндустрията и пазара на напитки. А преди броени дни дойде и новината, че в опит да ги засили, той планира първично предлагане на акции на борсата. Към момента най-голям собственик в Rovio е Кай Хед с 69.7% от капитала, следван от два инвестиционни фонда – Accel Partners и Atomico Invest – с по 10%, които обаче останаха прекалено дълго в проекта и не е изключено именно техните представители да настояват за листването на борсата. Самите създатели на играта – Петер Вестербака и Никлас Хед, който е племенник на Кай Хед, държат съответно 3.1% и 4.3% от фирмата.

Според източници на Bloomberg, целта на компанията ще бъде да привлече около 400 млн. щ. долара, част от които след това да използва за втората си филмова продукция. Припомняме, че първият филм на компанията – The Angry Birds Movie – ѝ донесе около 350 млн. щ. долара и в голяма степен е причина за пооправените финансови показатели след няколко трудни години. Успехът е още по-голям, като имаме предвид, че филмовите продукции по видеоигри рядко са успешни, а историята помни не един и два шумни провала.

Този юни излезе и новата игра от франчайза – Angry Birds Evolution, която представлява завоюване към гейм жанра на ролевите игри (т.нар. RPG) – посока, която също може да донесе нови фенове и съответно – приходи. Любопитно е, че героите в новото заглавие са много подобни до визията на кинопродукцията, което показва, че Rovio ще се опита да уеднакви изживяването при различните медийни продукти, създавайки по-хомогенна вселена. Остава да видим дали тези успехи ще бъдат оценени от инвестиционната общност и дали тя ще повярва на поопърпаните гневни птичета, за да им придаде инерция за нов полет.

# ГЕЙМ РАЗРАБОТЧИЦИТЕ НОВИТЕ ТЕХНОЛОГИЧНИ ЗВЕЗДИ

автор: **Александър Александров**

**П**рез последните години България се наложи като дестинация за софтуерен аутсорсинг, в която всевъзможни чуждестранни компании разработват своите платформи и приложения. От системи за управление на борсови операции, през такива в сферата на културното наследство и издателската дейност, до 3D интерфейс за управление на корабоплаването – стотици малки фирми, за които почти никой не е чувал, разработват всевъзможни продукти за възложители от САЩ, Германия, Великобритания, Норвегия, Япония и др. страни. В резултат у нас се обособи непрекъснато разрастващ се сектор за разработка на софтуер, в който се плащат заплати значително по-високи от средните за страната, а много от компаниите вече са разпознаваеми имена в сфери като системите за управление на бизнеса, мобилните приложения и семантичните технологии.

На този фон сякаш в страни от общественото внимание се оказва един софтуерен подсегмент, който има потенциала да

## носи значителни приходи

за бюджета, да внася свежи финансови средства в икономиката ни отвън и да генерира добре платени нови работни места. Става въпрос за разработката на видеоигри. „Това е една динамична и бързо – развиваща се общност, която у нас вече обхваща над 50 компании и над 1200 служители“ - споделя Хелиана Велинова, проектмен мениджър на провела се наскоро в София конференция за видеоигри GDS.

Сред разработчиците на игри, развиващи дейност у нас вече има водещи световни имена. Може би малцина знаят, но френското издателство Ubisoft разработва в София едно от най-популярните си заглавия - Assassin's Creed. Не липсват обаче и български компании, чиито продукти се продават успешно на международния пазар.

Сред тях са Империя Онлайн, XS Software и Haemimont Games. Други като Coherent Labs създават иновативни платформи в помощ на самите разработчици на игри. Някои от тези фирми вече са се наложили в чужбина, но въпреки това все още не са особено известни в България. Според хора от бранша, те могат да се превърнат в сериозен

## двигател за българската икономика

особено ако получат правилната държавна подкрепа и работят заедно за създаване на добър имидж.

В края на юни над 150 представители от общността на разработчиците на видеоигри се събраха на единствената по рода си конференция, посветена на този сектор у нас – Game Dev Summit (GDS) 2017. Събитието се проведе в

София, като част от фестивала за младежка култура ON! Fest, който след известно прекъсване тази година отново събра на едно място най-популярните младежки субкултури – геймъри, графити артисти, фрийрърън, манга и аниме, фенове на настолните игри и какво ли още не.

На GDS конференцията начинаещи разработчици на игри се запознаха с опитни специалисти от бранша, имаха възможност да проведат срещи с потенциални партньори и инвеститори, да представят своите проекти на широката публика, както и да се запознаят с работещи модели и добри практики в сектора. Лектори от България и чужбина запознаха участниците с най-новите тенденции бранша, свързани с

## перспективни технологии

като виртуалната реалност, мобилните платформи, както и със сфери като бизнес игровизацията, финансирането и международното разпространение на видеоигри.



Също в рамките на форума се проведе и първото издание на мини изложението на българските разработчици - Games Made In BG, на което двадесет български компании представиха проектите си, а геймърите имаха възможност да ги тестват и да дадат обратна връзка.

Увеличаващият се брой български гейм разработчици е много добра новина за страната ни, предвид, че това е един от най-перспективните технологични сегменти в световен мащаб. Най-популярните заглавия в света отчитат милионни продажби още през първите часове след пазарния си релийз и вече отдавна надминават по приходи най-касовите филмови продукции.

Видеоигрите отдавна се освободиха от имиджа си на самотно занимание за фенове без социални контакти и се наложиха като универсално забавление за хора на всякаква възраст, от всякакъв пол и с всякакъв социален статус. Позиционирайки се в един толкова перспективен пазарен сегмент, страната ни може да извлече значителни ползи в бъдеще.

На този етап, въпреки динамичното развитие на българската общност за разработка на игри, все още отстъпваме на Румъния, която се позиционира като своеобразен

## регионален лидер

„Гейм индустрията е носител на иновации и икономическо развитие. Държавната администрация в страни като Великобритания, Финландия и Полша ясно разбира това и се стреми да развие този сегмент от икономиката посредством различни програми, грантове и търговски мисии. Време е това да се случи и в Източна Европа“ – посочи по

време на GDS конференцията Андреа Пер от Румънската асоциация на разработчиците на видеоигри.

Общият брой гейм студиа в Източна Европа е над 200, в които работят повече от 10 000 служители. По брой работни места в сектора след Румъния изненадващо за мнозина се нарежда Беларус. Регионът вече е разпознаваем и от някои от най-големите имена в бранша, сред които са гиганти като Electronic Arts, Ubisoft, Gameloft и Wargaming. У нас специализирана браншова организация на гейм компаниите не съществува, а някои от тях участват в други структури като Българската асоциация на софтуерните компании. Сред основните проблеми на бранша е типичната за всички софтуерни подсегменти липса на квалифицирани специалисти. Въпреки това повечето представители на сектора у нас са оптимистични за бъдещото развитие на своите фирми.

Очакванията са браншът да се развива все по-интересно през следващите години заради навлизането на редица иновативни технологии като виртуалната и добавената реалност, различни контролери за разпознаване на движението, а в по-далечен план – футуристични концепции като т.нар. Brain – Computer Interface (интерфейс мозък – компютър). Профилът на геймърите също се променя като все повече се играе на смартфони и други мобилни платформи. Повечето разработчици на мобилни игри (36%) се намират в Европа, а добрата новина е, че някои български компании също вече са добре позиционирани в този подсегмент. Като цяло разработчиците на игри у нас са добре запознати с новите тенденции в сектора и бързо се преориентират, което означава, че истинското разрастване на бранша вероятно тепърва предстои.



**БЪЛГАРИЯ  
ПОСТЕПЕННО И  
БЕЗ МНОГО ШУМ  
СЕ ПРЕВРЪЩА В  
РЕГИОНАЛЕН ЦЕНТЪР  
ЗА РАЗРАБОТКА  
НА ВИДЕОИГРИ.  
НАД 1000  
СПЕЦИАЛИСТИ ВЕЧЕ  
СА АНГАЖИРАНИ  
В ТАЗИ СФЕРА У  
НАС, А ЗНАКОВИ ЗА  
БРАНША ЗАГЛАВИЯ  
СЕ ПРАВЯТ В СОФИЯ**

# БЪЛГАРИН СТАНА ЕВРОПЕЙСКИ ШАМПИОН ПО ВИКИНГСКИ ШАХ

ЕДНА НАСТОЛНА ИГРА ОТ ВРЕМЕТО НА РИМСКАТА  
ИМПЕРИЯ НАБИРА ПОПУЛЯРНОСТ В НАШИ ДНИ, А  
СТРАНАТА НИ НАЙ-НЕОЧАКВАНО СЕ ОКАЗА СИЛА В НЕЯ

автор: **Александър Александров**

**Д**нес едва ли някой може да отрече, че България е фактор в интелектуалните спортове. Страната ни е сред малкото, излъчили световен шампион по шахмат при мъжете - Веселин Топалов. Освен това имаме и световна шампионка по този спорт при жените – Антоанета Стефанова, а българските ученици редовно печелят медали на олимпиадите по математика, информатика и други научни дисциплини. Вероятно малцина обаче знаят, че българин е и европейски шампион по една друга интелектуална игра, която все още е слабо развита у нас, но печели все повече поддръжници в други държави – викингският шах хнефатафл.

На провелото се неотдавна европейско първенство по тази древна игра Лъчезар Панчев от Кюстендил успя да вземе титлата, което привлече вниманието на родните медии и спортната общественост към хнефатафл. „За пръв път видях случайно комплект от играта да се предлага за продажба в интернет сайт за викингски принадлежности и си го поръчах. Когато пристигна се поинтересувах какви са правилата и намерих отговори отново в интернет. Бързо се запалих по нея и започнах да играя онлайн“ - споделя Панчев пред сп. „Икономика“. Оттогава той бързо подобрява формата си и редовно мери сили с чуждестранни съперници. В момента развива Спортния клуб по хнефатафл Один в Кюстендил, играе активно и дори проектира дървени дъски с уникална дърворезба и фигури за тази игра. Намерението му е да популяризира викингския шах в България и да подпомогне налагането му като спорт със система от регионални и национални турнири.



## Що е то?

Хнефатафл е мисловна настолна игра с военни елементи, която подобно на шах или го има силно развит стратегически характер. Корените ѝ могат да бъдат открити още в древността, но е известна като „викингски шах“, защото през вековете се е разпространила основно в Северна Европа. Принадлежи към по-широка група игри, наречена тафл (tafl), което означава табла.

Хнефатафл се играе от двама играчи, подобно на класическия шах, но е с много по-различни правила. Фигурите на



единия участник са ситиурани в центъра, а тези на другия – в периферията на дъската. Първият разполага с крал и неговата цел е да го опази. Самото име хнефатафл може да се преведе като „Таблата на краля“. Играта има множество разновидности и се играе на дъски със 7 на 7, 9 на 9, 11 на 11, 13 на 13 и дори 15 на 15 полета. Съответно и броят на фигурите при тези вариации е различен. Най-разпространените турнирни версии са с 9 на 9 или 11 на 11 полета и съответно – с 25 или 37 фигури. Подобно на други мисловни игри като шах или го, при хнефатафл е най-важно играчът да има добро стратегическо мислене и способност да предполага ходовете на своя противник.

## История

Също като шахмата, тафл е древна игра, която може да се окаже дори по-стара от него. Различни исторически извори споменават съществуването ѝ от поне десет века. Според господстващата теория тафл е създадена на базата на древноримската игра Ludus Latrunculorum, която от своя страна води началото си от още по-стара гръцка военна игра. Пренесена е в северните части на Европа от романизираните германци през IV в. след новата ера, където бързо се налага сред скандинавските народи и започва да живее свой живот. Военните кампании на викингите из цяла Европа спомагат за разпространението на играта в множество региони на континента, включително Франция, Германия, Великобритания, Исландия и др.

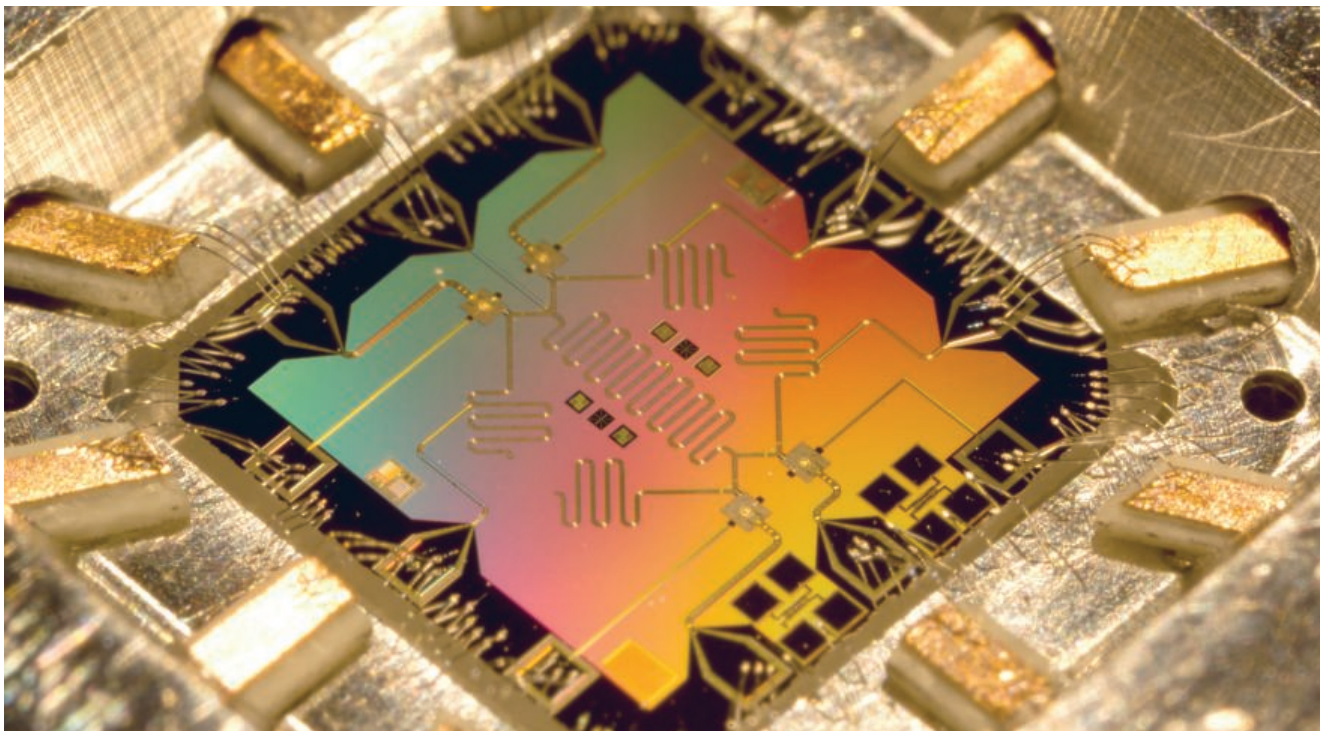
Към по-широката фамилия тафл, освен хнефатафл спадат още игри като Halatafl, Alea Evangelii, Tawlbwrdd, Brandubh, Kvatrutafli, Ard Ri и Tablut. Много от тях се срещат и в скандинавската литература. Под една или друга форма игрите процъфтяват до по-широкото навлизане на шаха и таблата, които постепенно се превръщат в доминиращи настолни игри на континента.

## В наши дни

През миналия век се преоткриват все повече факти за хнефатафл. Археолози и етнографи попадат на дъски и фигури, а цитати от исторически източници, за които се е смятало, че се отнасят за шахмата, са припознати като ценна информация за скандинавската игра. На база на тези източници са пресъздадени и нейните правила.

В резултат на това през последните години се наблюдава засилен интерес към тафл, особено във Великобритания, както и стремеж играта да се обособи като спортна дисциплина със съответната система от турнири, отбори и организации. Към нейните правила вече е добавено и време като на официалните турнири играчите разполагат с по десет секунди за извършването на един ход. Всяка година се провежда Световно първенство по хнефатафл, което най-често се печели от състезатели от Обединеното кралство. Любопитно е, че играта се свързва с интереса към викингските традиции, а играчите понякога се преобличат в средновековно скандинавско облекло и пресъздават различни древни обичаи.

Все повече информация за играта вече може да бъде намерена и онлайн, както и да бъдат поръчани оригинални комплекти от дъски и фигури. В интернет могат да се провеждат и турнири, включително Шампионатът на Световната федерация по тафл, който се осъществява на сайта [aagenielsen.dk](http://aagenielsen.dk). Следващото издание на турнира ще започне на 15 септември тази година. Използвайки предимствата на съвременните технологии една древна мисловна игра е на път отново да покори света и същевременно да ни напомни, че въпреки успехите на технологичния прогрес през последните десетилетия, някои от най-впечатляващите постижения на цивилизацията ни са измислени преди повече от хиляда години.



# САЩ И РУСИЯ като СЪЮЗНИЦИ В НАУКАТА

112

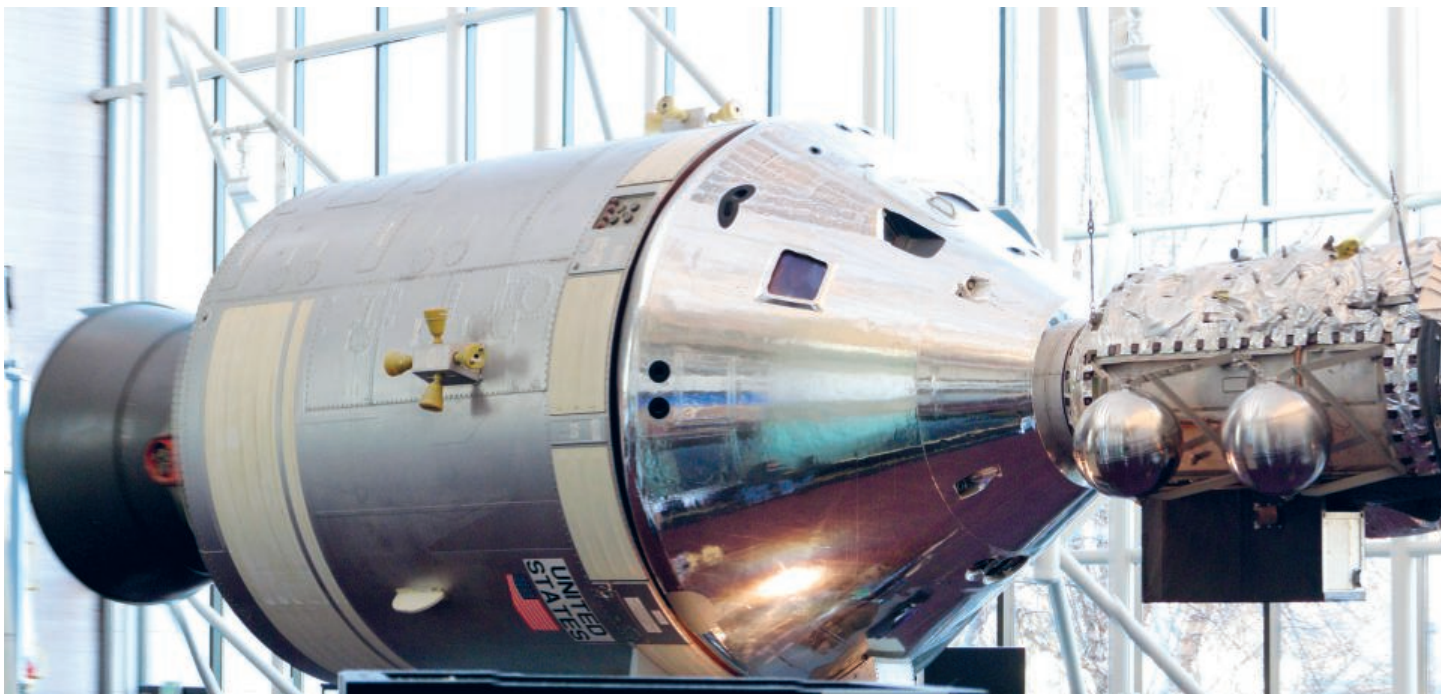
НАУКА

автор: Владимир Митев

Група физики от САЩ и Русия са създали и тествали успешно най-мощния програмируем квантов компютър до момента. Той е 51-кубитов (кубитовете са еквивалентът на битовете при стандартните компютри) и превъзхожда последната разработка на квантовата лаборатория на Google, която е 49-кубитова.

В същото време IBM изследва все още „едва“ 17-кубитова изчислителна машина.

Създаването на новия квантов компютър бе съобщено от една от страните, участвали в неговата разработка – Руския квантов център. Сред съоснователите на центъра





# НАЙ-МОЩНИЯТ КВАНТОВ КОМПЮТЪР ДНЕС Е АМЕРИКАНСКО-РУСКА РАЗРАБОТКА. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕТО МЕЖДУ УЧЕНИТЕ НА ДВЕТЕ СТРАНИ Е В ХОД ДОРИ ПО ВРЕМЕ НА СТУДЕНАТА ВОЙНА

е ученият Михаил Лукин, който ръководи американската група изследователи, участвали в създаването на изчислителната машина. Те са от Харвардския университет и от Масачузетския технологичен институт.

Квантовите компютри продължават да се радват на голям интерес от страна на правителства, корпорации и учени. Изчислителни елементи на тези машини – кубитовете, са съставени от йони, охладени атоми и фотони, които използват свойството на квантовите обекти „суперпозиция“ – те пребивават в няколко състояния едновременно. Това им позволява да извършват много по-голям брой изчислителни операции от стандартните битове. За кратко време квантовите компютри могат да решат задачи, които ще отнемат милиони години на класическите им „събратя“.

Кубитовете, от които е съставен американско-руският компютър, се градят на базата на охладени атоми, намиращи се в оптически пинсети от специално организирани лазерни лъчи. За разлика от този подход повечето съвременни квантови компютри имат свръхпроводящи кубитове, използващи т.нар. Джозефсонови контакти – сандвич от два

свръхпроводника, разделени от диелектричен слой.

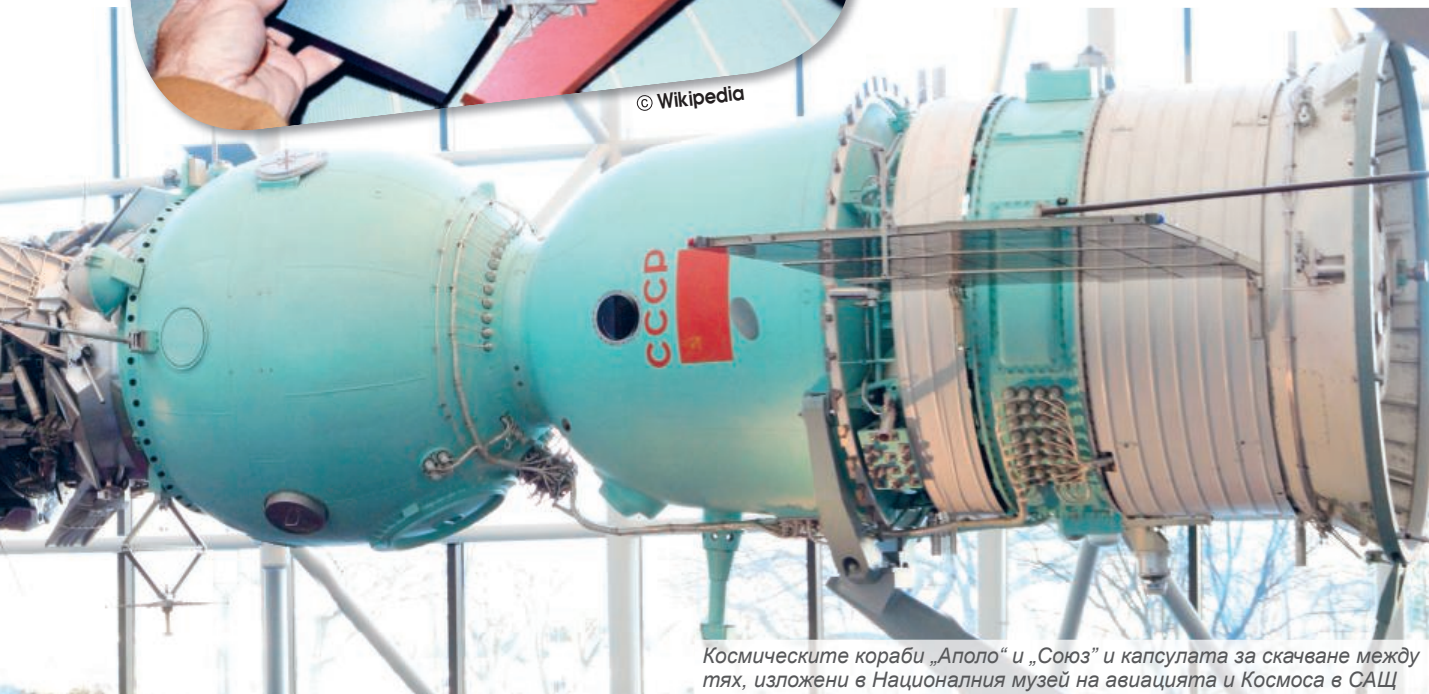
До момента екипът на Лукин е съумял да моделира поведението на квантови системи, съставени от много частици, с помощта на своя квантов компютър – нещо непосилно за класическите компютри. Учените са успели и да предскажат появата на неизвестни ефекти при това моделиране, които след това са потвърдени от класически компютри. Тези постижения може да звучат прекалено абстрактно. Но те отразяват една конкретна и интересна тема, която като че ли не получава достатъчно гласност – американско-руското сътрудничество в науката. Десетилетия наред по времето на Студената война САЩ и СССР бяха в жестока конкуренция за постигане на световно могъщество. Традиционно политическите анализатори определят техните интереси като взаимноизключващи се. Но често се пропуска, че това са две държави, които никога не са воювали (в „горещия“ смисъл на думата) помежду си. Всъщност през последните 80 години е пълно със случаи, в които взаимодействието и т.нар. „танц“ между двете сили води до важни събития в световен план – като победата във Втората световна война, разведряването през 70-те години, политиката на ядрено разоръжаване, съпътстваща перестройката през 80-те и т.н.

Сътрудничество в науката между двете държави съществува през 90-те години и началото на XXI, като пример за аполитично взаимодействие в тази посока е общуването и обменът между НАСА и руските институции за изследване на Космоса. Но още по време на Студената война двете страни си взаимодействат в космическите изследвания. През 1975 г. – по време на разведряването, е извършено знаменателно скачване между космическите кораби „Аполо“ и „Союз“ в около-

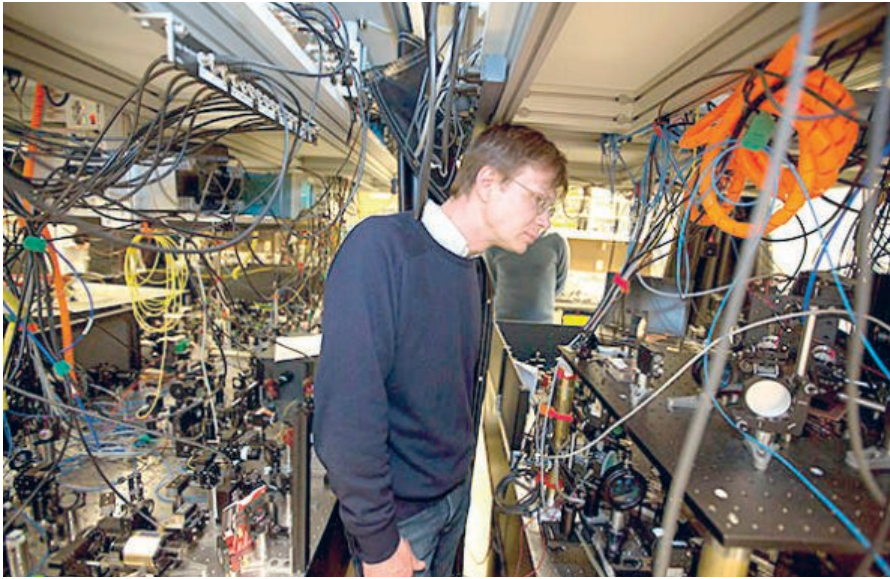
*Астронавтите от двата екипажа изработват този възпоменателен плакет като символ на международното сътрудничество*



© Wikipedia



*Космическите кораби „Аполо“ и „Союз“ и капсулата за скачване между тях, изложени в Националния музей на авиацията и Космоса в САЩ*



Михаил Лукин ръководи екипа, работил по квантовия компютър

земна орбита.

Още в края на 50-те години американците знаят предварително, че предстои изстрелването на първия околоземен сателит – „Спутник“. Така пише в спомените си американският ракетен инженер Джордж Лудвиг. През 50-те години той съдейства за направата на ракетата, извела в Космоса Explorer 1 – първия американски сателит. Според мемоарите на Лудвиг през есента на 1957 г. – броени дни преди изстрелването на „Спутник“, съветски учени споделят със своите американски колеги за намеренията си. Според американеца появата на „Спутник“ е била улеснена от съвместната изследователска програма на американски и съветски учени, която се нарича International Geophysical Year.

Експертът по сателити и бивш директор на Националния център за геофизически данни към Националната океанска и атмосферна администрация Джо Алън разказва как когато е бил на среща в Москва, съветски учен му дал списък с научни инструменти, изстреляни в поредния съветски сателит. „Постави тази информация много дълбоко сред своите книги, в момента е секретна“, му казал колегата от СССР. След това Алън пита свой приятел руснак: „Ще се сблъскам ли с проблеми, ако изнеса всички тези снимки на спътници и данни вън от Русия“. Отговорът бил, че американецът е гост на Академията на науките и никой няма да го безпокои за това, което носи. Когато се връща в Щатите, Алън съобщава на своя началник за получената информация. Военни и разузнаване го разпитват за случилото се и така един епизод на добронамереност между американци и руснаци приключва.

Космическите науки не са единствената територия на сътрудничество между двете велики държави. Съвместен доклад за американско-руското взаимодействие в биологичните науки и в биотехнологиите в периода 1996-2010 г. показва, че заедно те са инвестирали над 1 млрд. долара. САЩ са осигурили повечето от преките разходи, докато руската страна е покрила повечето от непреките разходи – например за подобрене на съоръженията, за управление на програмите, за документация и други. За този период учени от двете страни, които заедно се разпростират върху 34% от земната повърхност на Северното полукълбо, са развили дългосрочни професионални и лични връзки и,

разбира се, са правели наука.

За описвания период Русия не само развива множество съвременни лаборатории, но и инвестира в различни научни проекти, градящи отношения с учени от Щатите. Фондация „Сколково“ например е създала водещ високотехнологичен образователно-изследователски комплекс близо до Москва, който е бил построен с участието на Масачузетския технологичен институт. Същата фондация осигурява данъчни и митнически облекчения и други стимули за руски институти и университети, работещи с чуждестранни партньори.

Друга институция – „Руснано“, е поддържана от руското правителство и предоставя грантове и договори на руски компании, а понякога и на институти и университети за дейности, които трябва да доведат до комерсиализация в близкото бъдеще на нанобиотехнологиите, като се почива на опита на САЩ и на други страни, считани за подходящи.

Инвестиционни фондове с подкрепата на руското правителство влагат средства в американски стартапи и утвърдени компании, сред които и биотехнологични фирми. Те на свой ред влизат в отношения с търговски и изследователски организации в Русия. Това е друга линия, по която тече научно сътрудничество между двете държави.

Не на последно място – Институтът по атомна енергия „Курчатов“ разширява своите лаборатории за нанобиология и търси взаимодействие с американски организации от тази сфера.

В друга научна област – физиката, и по-точно физиката на тела с висока енергийна интензивност, американско-руското сътрудничество тече в периода 1993-2013 г. и води до над 400 съвместни научни публикации и много други отворени врати за взаимодействие.

Дали тогава борбата за надмощие между американци и руснаци в геополитиката не се оказва едно по-сложно явление, в което те не само играят противници, но всъщност успешно взаимодействат, така че да не допуснат въздигането на други властови центрове? В световната политика е трудно да се намерят точни отговори, но в науката нещата са по-определени. И там сътрудничеството явно по-лесно върви...



INTERNATIONAL TECHNICAL FAIR  
PLOVDIV, BULGARIA

**25-30**

СЕПТЕМВРИ



73<sup>-му</sup> МЕЖДУНАРОДЕН  
**ТЕХНИЧЕСКИ ПАНАИР**  
ПЛОВДИВ

СПЕЦИАЛИЗИРАНИ  
ИЗЛОЖБИ

ОБОСОБЕНА  
ЗОНА ЗА  
АГРОТЕХНИКА

АКВАТЕХ АУТОТЕХ ЕЛТЕХ РОБОХАЙТЕХ СТРОЙТЕХ

МАШИНОСТРОЕНЕ

ЕНЕКО ИНФОТЕХ ХИМИЯ АВТОСВЯТ ПЛОВДИВ

**ЗА ПЪРВИ ПЪТ:**

- **ГАЛЕРИЯ ИМОТИ** – жилищни, промишлени, обществени, туристически обекти и инвестиционни проекти
- **ЕКСПОЗИЦИЯ НА ТЕЖКА СТРОИТЕЛНА ТЕХНИКА** – машини за изграждане на инфраструктурни съоръжения
- **БИЗНЕС ФОРУМ „ИНДУСТРИЯ 4.0“** - дигиталните трансформации и бъдещето на икономиката
- **МЕЖДУНАРОДНО ГЕЙМИНГ СЪСТЕЗАНИЕ** – виртуалната реалност като поле за инвестиции, обучение и забавления

# ШИРАЗ

## Е ОТВОРЕН ЗА ВСЕКИ

ЮЖНИЯТ ИРАНСКИ ГРАД НЕ САМО Е ВДЪХНОВЯВАЛ НЯКОИ ОТ НАЙ-ВЕЛИКИТЕ ПЕРСИЙСКИ ПОЕТИ, НО Е ЛИДЕР ОЩЕ ВЪВ ВИСОКИТЕ ТЕХНОЛОГИИ, В ТЪРГОВИЯТА И В УТОЛЯВАНЕТО НА КОНСУМАТОРСКИТЕ СТРАСТИ. САМО НА НЯКОЛКО ДЕСЕТКИ КИЛОМЕТРА ОТ НЕГО Е ДРЕВНАТА СТОЛИЦА ПЕРСЕПОЛИС

ОБОР: Владимир Митев

Онези, които искат да опознаят Иран като туристи, обикновено започват визитата си от столицата Техеран. Но когато се излиза въвн от нея, традиционна дестинация е древният главен град на Персийската империя – Персеполис, разположен на повече от 700 км южно от Техеран. Развалините на Персеполис привличат туристи от целия свят и по каменните останки от сградите там може да се открият издълбани имена на хора от различни континенти и векове, пожелали да увековечат присъствието си на това историческо място.

Персеполис е разположен в провинцията Фарс, където се заражда персийската държавност преди повече от 2500 години. Оттук поредица от легендарни персийски владетели се отправят към покоряването на света от Индия до

Египет, Кавказ и Мала Азия. За да бъдат спрени при Термопилите от древните гърци, а впоследствие да водят войни и с Римската империя.

В този богат на история район се намира шестият по големина град в страната, който е икономически център за Южен Иран – Шираз. Известен още като града на виното, градините и поетите, той е приветлив към обикновения човек и не се опитва да го потиска с високи сгради и огромни булеварди с милиони автомобили.

Шираз има други достойнства. Той е считан за най-подходящия за търговия град в Близкия изток, тъй като има над 25 мола и 10 пазара. Приютит е по-голямата част от бизнеса с електроника на Ислямската република. Съхраня-



ва гробници и религиозни средища от международно значение. И остава свързан с миналото.

В близост до града освен Персеполис е и втората персийска древна столица – Пасаргада. В района е и Накше Рустам – мястото, където са погребани голяма част от древните ирански владетели от династията на Ахеменидите. Тук може да се види изсечено в скалата изображение, на което е показан плененият римски император Валериан като военнопленник на персийския владетел Шапур.

При посещението си на тези места туристите имат шанса да научат повече за древната иранска вяра – зороастризма. Изповядвана днес от една малка част от иранците и индийците, тази религия всъщност първа създава концепции, които днес са популярни в християнството, юдаизма и исляма, като например Страшния съд или единния бог.

Големият град във Фарс – 1,6-милионният Шираз, е бил иранска столица през XVI век. Тук се намират религиозни средища като комплекса „Шах-е Черagh“, където сред изключително пищна обстановка – в зали на джамиите с килими и с многобройни малки огледала по стените, вярващи се молят и отдават почит пред саркофази на шиитски светци. Градът има красива и богата ботаническа градина, но и много други градини и паркове, където се събират младите хора. Такива места за срещи са и гробниците на двамата големи поети, родени в Шираз – Хафез и Саади.

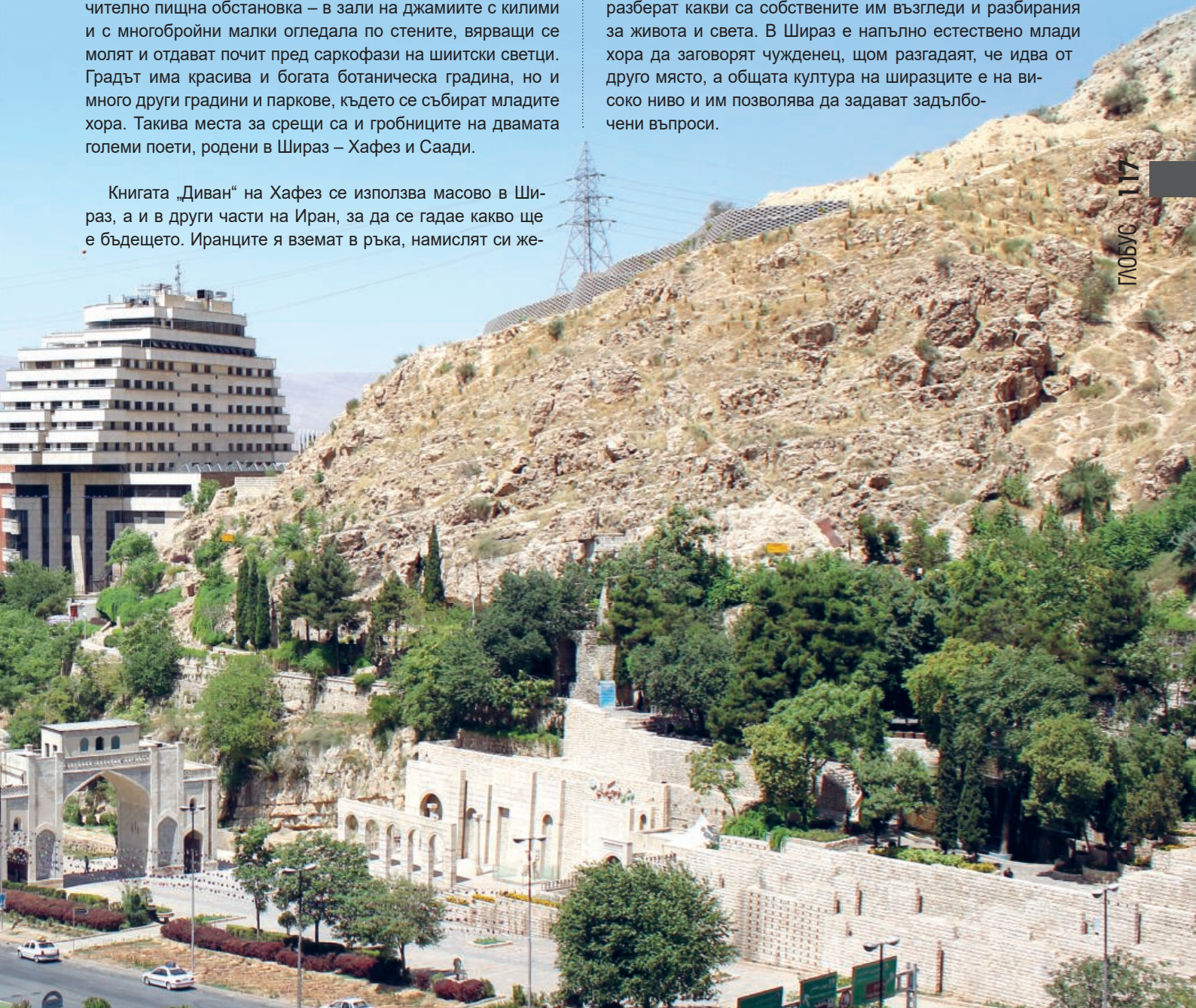
Книгата „Диван“ на Хафез се използва масово в Шираз, а и в други части на Иран, за да се гадае какво ще е бъдещето. Иранците я вземат в ръка, намислят си же-

лание, след това я отварят на произволна страница, а стихотворението, което прочитат, разкрива мъдрост и показва какво ще е бъдещето на желанието им.

**На свой ред Саади е известен със стихосбирките си, посветени на градината като мистичен образ на света, на човека и на любовта. Негово стихотворение за единството на човечеството е толкова красиво и могъщо, че е изписано на входа на ООН в Ню Йорк:**

*Чедата на Адам едно са тяло -  
от кал е сътворено по начало.  
Една част само ако заболее,  
за нея всяка друга ще милее.  
Ти, който не скърбиш за болка чужда,  
човек да се наричаш - няма нужда.*

Богатствата на Шираз не се измерват само в културен план. Чужденци считат града за най-отворения към гостите от други страни. Обясняват, че в Техеран иранците постоянно питат туристите какво мислят за Иран и народа му. Докато жителите на Шираз общуват с другите народи, за да разберат какви са собствените им възгледи и разбирания за живота и света. В Шираз е напълно естествено млади хора да заговорят чужденец, щом разгадаят, че идва от друго място, а общата култура на ширазците е на високо ниво и им позволява да задават задълбочени въпроси.





© Pixabay

Руините на Персеполис

Тази отвореност към света е нещо, което идва от вековете. Още в древността Шираз е пресечна точка на пътищата по пътя на коприната. Когато арабите и монголиците завладяват Персия, местните управители се предават доброволно на завоевателите или плащат откуп, така че градът да не бъде опустошен от тях.

В по-ново време построяването на Суецкия канал променя транспортните маршрути и води до внос на голямо количество индустриални стоки по море. Така че Шираз трябва да преориентира икономиката си. Земеделските производители започват да отглеждат култури за износ – тютюн и памук. Традиционни занаяти, например правенето на килими, преживяват тежки времена, но въпреки това и до днес са съхранени. Шираз обаче се утвърждава като образователен център и в днешно време има развита индустрия.

В южния ирански град са съсредоточени 53% от електрониката на Иран. Тук се произвеждат големи количества цимент. Развити са информационните технологии и комуникациите. Когато посещава Шираз, военният министър на Иран Хосеин Дехган не спира да хвали постиженията на страната в отбранителната сфера, свързани с високите технологии.



Градината Делгоша



© Wikipedia



Пазар в Шираз

Години наред – преди подписването на споразумението за иранската ядрена програма между Шесторката (САЩ, Великобритания, Франция, Германия, Русия и Китай) и Исламската република, Иран бе представян като антитеза на



Мавзолеят на Саади



Гробницата на Хафез

Запада и като основна опасност за света.

Посещение в градове като Шираз с голяма концентрация на молове и пазари е достатъчно да покаже на непредубе-



Банята Вакил

дените, че иранците също като хората в Европа или в Щатите са се отдали на потребителската мания. Всъщност тук е най-големият мол в света от гледна точка на броя магазини – комплексът „Персийски залив“ в северната част на града. Независимо дали искат смартфони и таблети, или козметични средства, жителите на Иран често инвестират в тези марки и стоки, които изкушават и хората на Запад. За нация, която носи в кръвта си изкуството на дипломатията, търговията и преговорите и която изразява интересите на шиитското малцинство в големия мюсюлмански свят, доминиран от сунитите, е много по-изгодно да залага на мира и на взаимноизгодните отношения, вместо на конфронтацията.

Шираз и околностите му могат да предложат добро запознаване с Иран и неговия народ – както със славното минало, така и с неговото пазарноориентирано и технологично настояще. Градът носи както неподвластната на времето култура на персите, така и влиянията на различни малцинства – например евреи. Не на последно място – Шираз е иноватор в областта на зелените технологии, тъй като тук е открита първата слънчева електроцентрала и е инсталирана първата вятърна турбина в страната. Тази многопосочна осъщественост на града показва, че в него всеки може да намери по нещо за себе си. А също и да даде нещо от себе си на жителите на града на поетите.



Джамията „Насър ал Молк“

Двамата братя са почетени с бронзови скулптури пред сградата на Софийския университет, построена с тяхно дарение

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ • СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ •

© архив Икономикс

**БУКУРЕЩ**

КАТО БЪЛГАРСКО

СТОПАНСКО СРЕДИЩЕ

ИСТОРИЯ 120

Солаковият хан в Букурещ, където са се крили и Ботев, и Левски, сега се руши

© Биволъ



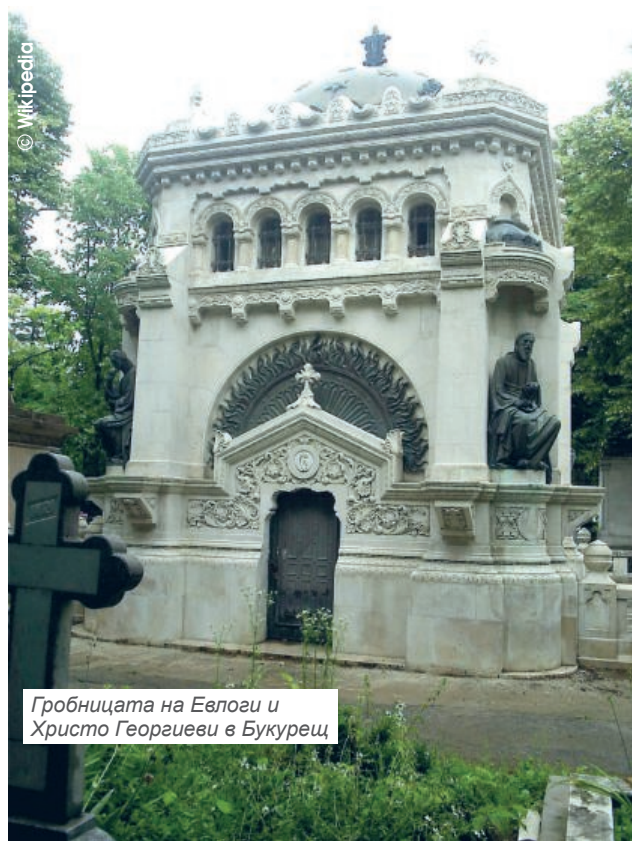
ЛИЧНОСТИ КАТО ХРИСТО И  
 ЕВЛОГИ ГЕОРГИЕВИ, БРАТЯТА  
 МУСТАКОВИ, НИКОЛА  
 ВАСИЛИАДИ И МНОГО ДРУГИ  
 СА ЛЕГЕНДАРНИ БЪЛГАРСКИ  
 ДЕЙЦИ И ПРЕУСПЕЛИ  
 ПРЕДПРИЕМАЧИ

автор: Владимир Митев

**И**ван Вазов нарича Букурещ „българският Йерусалим“. Така той подчертава голямата важност, която румънската столица играе за българите – важност, сравнима единствено с тази на Цариград. В Букурещ живеят и работят много от дейците на българското националноосвободително движение и Възраждане – като Любен Каравелов, Христо Ботев, Георги Стойков Раковски, Софроний Врачански и други.

Тук живее българският интелектуален елит преди Освобождението и това се доказва от факта, че между 1870 и 1878 г. в румънската столица действат осем български печатници. В Румъния са базирани няколко националноосвободителни и патриотични организации в навечерието на Руско-турската война (1877-1878 г.) – Българският революционен централен комитет, Добродетелната дружина и т.н. Но Букурещ е и място, където има концентрация на български търговци и предприемачи, които още преди Освобождението са видни личности – Христо и Евлоги Георгиеви, братята Мустакови, братята Солакови, Никола Василиади и други. Следите от тези заможни българи – построените от тях сгради, продължават да оформят облика на Букурещ и днес, макар и често да нямат обитатели и да имат нужда от сериозен ремонт. За славните българи и за българската история на румънската столица разказва излязлата през 2016 г. книга „Букурещ отблизо“ на тамошните българи Лука Велчов и Лучия Керчова-Пъцан.

Разходка в Стария град на Букурещ е достатъчна, за да



Гробницата на Евлоги и Христо Георгиеви в Букурещ



Портрет на Никола Василиади – собственикът на хан „Габровени“

припомни ролята на българските търговци и дюканджии в живота на румънския град. Тук е улицата „Габровени“, кръстена на търговците от Габрово. На нея е и ханът „Габровени“, издигнат от българина Никола Василиади (1822-1882 г.). Хановете са били средища, предлагащи кафенета, тютюнджийници, лавки и кръчми, и са били важен елемент от транзитната търговия, която тече в Букурещ през XIX век. Букурещките българи припомнят и че „Ханът с липата“ на улица „Липскани“ в Стария град също е построен от българи – само че от Свищов.

Българи са живели във Влашко още през Средновековието. Но османското иго води до постоянна емиграция, която се засилва в случаите на въстания, военни действия или нападения на кърджалии над населението в нашите земи. Любопитно е, че българите в Румъния са известни и до днес под името... сърби. За да ограничат миграцията от родните земи, така че да не губят работна ръка, османските власти забраняват на влашките князе да приемат български мигранти. Тогава българите се договарят с владетелите отвъд Дунава да ги пишат, че са сърби, за които е нямало проблем да мигрират. Дори и днес много от селата, в които има българи, носят думата „сърби“ в името си, макар че и българите там, и румънците знаят какъв е произходът на тяхното население. През XX век, по време на Крайовската спогодба от 1940 г., българите от Румъния получават възможност да се преселят в България и тогава отново използват „сърбското си име“, за да декларираят на властите, че предпочитат да не бъдат изселени, а да останат да живеят в румънските земи. През вековете тези „българи-сърби“ са се прочули като отлични градинари, поради което и мнозина в Румъния свързват българите със зеленчукопроизводство.

Но през XIX век във Влашко идват и много сънародници, развиващи дейности, свързани с градовете. В началото на XIX век например, голямо влияние в българската общност в Букурещ имат братя Мустакови, които притежават фабрика за тестени изделия, дюкяни и хан. Те търгуват с фиде, но и печелят от земеделска дейност. Мустакови са ключовите спомоществатели, които помагат на Васил Априлов да получи земя и финансиране за Априловската гимназия в Габрово – първото светско училище в българските земи.

Друг габровски българин в Букурещ е Евстати Петкович, който заедно със съдружници основава във Виена дружество за корабен транспорт.

Свищовските българи са още една влиятелна група, която



Ханът „Габровени“ сега е културен център

е изследвана от Лука Велчов и от Лучия Керчова. По време на Руско-турската война от 1806-1812 г. Свищов е опожарен и някои от богатите свищовлии се установяват в Букурещ. Сред тях са Димитър Хадживасилев, Ангел и Димитър Солакови, Парашкева Карабиберова и други. В края на 20-те години братята Солакови откриват в румънската столица една от първите фабрики за хранителни продукти. Днес от тях е останал Солаковият хан в идеалния център на града – сграда, чиито наследници са успели да я реституират, но която търси своя купувач и реставратор.

Миграционна вълна към Букурещ има и от Сливен. По-значими имена от нея са Иван Селимински, родът Диамандиеви, Михаил Колони. Те се интегрират на високи нива в администрацията на Влахия. Колони например е възпитател на децата на румънския княз Александру Гика. Букурещкият хотел „Симеон“, където се събира българската революционна емиграция, пък е със собственик сливенеца Симеон Росети.

Според Велчов и Керчова в Букурещ в навечерието на освобождението на България живеят не по-малко от 10 000 българи. Румънски автор описва тази българска общност като хора, които са успели с времето да достигнат до цъфтящо материално положение „благодарение на трудолюбието и пестеливостта, характерни качества на българския народ“.

В Букурещ идват и търговци от Ловеч, кожухари от Търново и Лясковец, майстори на сребро от Чирковци и т.н. Част от българите, заселили се край Букурещ – например в селата Попещ-Леордени и Чопля, са католици. Дори в центъра на румънската столица стои църква от 1666 г., изградена от българи католици, и на която пише на латински, че е построена от братството на българите.

Двама братя от Карлово обаче се превръщат в най-богатите български емигранти в Румъния – братята Христо (1824-1872 г.) и Евлоги Георгиеви (1819-1897 г.). В България те са известни като дарители за изграждането на централната сграда на Софийския университет, заради което и техни статуи са разположени пред него. Но всъщност Георгиеви са видни дарители и за румънски проекти. Например Евлоги Георгиев подкрепя с 200 000 златни леи построяването на концертната зала на Букурещ – Атенеумът.

Двамата братя даряват и много средства за поддържането на приюти, за стипендии на ученици, за развитие на образованието в Румъния и т.н.

Като млади, братята се установяват във Влашко и отварят търговски къщи в Браила, в Галац и в Букурещ. В дейността им участват над 200 търговци и комисионери в повече от 40 български градове. Към края на 40-те години вече Георгиеви действат мащабно и на международно ниво и отпускат търговски кредити. Така те се превръщат в посредници между европейските държави и пазарите по Долния Дунав. През 50-те години двамата братя обработват големи парцели земи, като въвеждат по-съвременни технологии и така модернизират румънското земеделие.

Гробницата на Георгиеви е в Букурещ на бул. „Шербан Вода“, където някога е бил краят на града. Покрай това гробище минават всички, които влизат в Букурещ откъм шосето за Русе и искат да стигнат до центъра на града. Гробницата е направена в царски стил и показва, че и приживе двамата братя са били най-богатите хора в Румъния. Макар и жители на румънската столица, те и още много други български търговци и предприемачи от XIX век са били част от стопанската история на българите.



Хотел „Капша“ в Букурещ, където заседават българските първенци през 1876 г. и вземат съдбовни за страната ни решения. Иван Вазов окачествява тези заседания като първия неофициален български парламент, твърдят авторите на книгата „Букурещ отблизо“



**NAVIGATION  
MARITIME  
BULGARE**

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

# КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

## НАДЕЖДЕН ПАРТНЬОР

BULGARIYA  
BULGARIA

## В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ!



# ПО-ПОЛЕКА

ДО ЕДНА ЦЕЛ СЕ СТИГА НЕ КАТО  
СЕ БЪРЗА, А КАТО НЕ СЕ ИЗОСТАВА



**К**омпютри, по-бързи компютри, суперкомпютри... Все по-мощни автомобили. Но не натискайте педала на газта, а убийте скоростта и прочетете бавно този текст. Опитайте да пуснете на бавен каданс постоянно си бързате и ще видите кадри, които остават незабелязани. Още повече че до една цел се стига не като се бързате, а като не се изоставате.

## Бързането ни лишава от удоволствието да усетим и да изживеем момента

Расте скоростта, с която се движим, колите стават все по-бързи и хората карат все по-бързо. Все бързаеме. Метро-то и самолетът ни дават възможност за по-бързо придвижване. Но високата скорост, с която се управлява мотоциклетът или автомобилът, невинаги са свързани с желанието по-скоро да стигнем от едно място до друго. „Сведенията над мотоциклета си човек е съсредоточен единствено в мига на своя полет; той се е изтръгнал от потока на времето и е в екстаз. В това състояние е забравил собствената си възраст, забравил е жена си, децата си, грижите си; затова не го е страх; защото източникът на страха е в бъдещето, а освободеният от бъдещето си няма от какво да се страхува“ - обяснява Милан Кундера в своя роман „Бавно“. Високата скорост обаче понякога внезапно изтрива бъдещето.

## По-бързо от вчерашното бързо

Бизнесът въвежда какви ли не технологии и улеснения, за да може работата да върви по-бързо. Изкуственият интелект и роботите ще продължат своето настъпление, за да ни помагат в голямото бързане. Седмичата, месецът, а даже и годината минават бързо. Направо като ден. Ползваме толкова много улеснения, които пестят време, а все нямаме време. Купуваме всичко наготово, а нямаме време. Имаме смартфони, пращаме имейли, а дигитализацията сякаш още повече ускори динамиката. За секунди през социалните мрежи може да се свържем със стотици, хиляди потребители и да стигнем до милиони хора. Светът все по-уверено навлиза в ерата на Индустрия 4.0, когато дигитализацията ще превземе и бизнеса, и домовете ни. Живеем бързо. Все по-бързо. Още по-бързо от вчерашното бързо... Защо? Защо днес бързаеме повече от вчера? Хамстери на

въртележката.

### А Стефан Вълдобрев пее:

*Бяга светът, но ние ще я караме полека.  
Наслади се на момента,  
забави, забави, по-полека, забави, забави...  
по-полека, забави, забави...*

## Пламъкът на екстаза

В това постоянно надбягване пропускаме много неща. Може да не забележим как кестените в града цъфтят, как липите ухаят, как дърветата дават плод и как зеленината покрай нас хваща златист тен, как листата започват да падат... В това постоянно надбягване губим важността на детайла и уменията да го уловим. „Бързината е вид екстаз, подарен на човека от техническата революция. Обратно на мотоциклета, бегачът винаги е вътре в тялото си, принуден е да мисли за пришките си, за дъха си; докато тича, той усеща своето телло, своята възраст, повече от всякога осъзнава себе си и момента от живота си. Предаде ли обаче на машината правата си над скоростта, отгук насетне собственото му тяло е извън играта и той се отдава на нематериална скорост, скорост самоцелна, скорост екстаз. Любопитно единение: студената безличност на техниката и пламъкът на екстаза“ - четем още в „Бавно“ на Милан Кундера.

## Въпрос на избор

Бавното живеене и радостта от живота срещу живот по скоростната писта и стреса, бавното и здравословното хранене срещу fastfood и полуфабрикатите, времето, което е достатъчно за всичко важно, срещу закъсненията, отлагането и усещането за постоянни турбуленции, заради които всичко ни се изплъзва и не може да влезем в крак. Дали ще пием чай, наричан напитката на бавността, или ще разчитаме поредната чаша кафе за деня да ни вкара в кондиция. Удоволствието в разтегления във вечността момент срещу екстаза на високата скорост. Въпрос на личен избор.

Утопия ли е да балансираме темпото за сметка на по-доброто качество на живот? Имате ли спешна работа, или вече променихте плановете си...



# NEW BLOOM WINERY

## НАЛАГА УСПЕШНО БЪЛГАРСКОТО ВИНО ОТ АЗИЯ ДО АМЕРИКА

### ПРОИЗВОДИТЕЛЯТ ЗАЛАГА НА НЕТРАДИЦИОННИ СОРТОВЕ И УНИКАЛНИЯ ТЕРОАР НА ТРАКИЯ

О т както списание Wine Enthusiast определи Тракийската низина като втората най-добра винена дестинация в света, погледите са насочени към този регион и всичко, което правят винопроизводителите там. Днес отиваме на гости в изба, която с модерните си вина затвърждава положителния имидж на добрия тероар на България. Това е New Bloom Winery.

Името буквално означава „нов разцвет“ и отговаря точно на това, което се случва през последните години в гр. Съединение – истинско разцъфване на винопроизводството, по модерен начин. Днес в технологично отношение производствената база на New Bloom Winery е на световно ниво. В последните пет години избата е напълно реконструирана, като към нея е изградена нова лаборатория за проследяване и замерване на всички производствени процеси. Използват се бъчви от френски дъб, които се подменят след всяко четвърто зареждане, модерни ферментационни съдове и специална технология за микровинификация, която позволява бутилирането на бутикови серии вина. Направената инвестиция възлиза на 10 млн. лв.

New Bloom Winery притежава 6000 дка собствени лозови масиви, което е голямо предимство за проследяване и гарантиране на качеството на продукцията. Масивите на New Bloom Winery са разположени в най-слънчевата част на Тракия - землищата на селата Найдено Герово, Правище и Драгомир. Отглежданите собствени сортове грозде са както популярните Каберне Совиньон, Мерло, Каберне Фран, Сира, Шардоне, Совиньон Блан и Мускат, така и нетрадиционните и нови за страната ни сортове като немските Дорнфелдер, Регент, както и Глера (сортът, от който в Италия се прави Просеко).

### Традиции и технологии

Виното на New Bloom Winery се разделя в четири серии –



Verano Azur, Pixels, F2F и New Bloom, като всички те са много добре позиционирани в съотношението цена/качество. Verano Azur се отличава с цветната си и жизнерадостна визия, етикетите са дело на Йордан Желев, затваряне с винтова капачка. PIXELS е изцяло едно-сортова серия на New Bloom Winery, в която основен акцент са иновациите – както при дизайна на бутилката, така и що се отнася до затварянето на виното. Розето от серията PIXELS от сорта Гренаш например се предлага в дизайнерска бутилка, произведена във Франция, а се затваря със стъклена тапа Vinolok, която е за многократна употреба. Пенливото вино PIXELS от сорта Глера също е с уникална тапа, която на всяко отваряне прави специфичния пукащ звук на пенливите вина. А при червеното PIXELS Каберне Совиньон затварянето е цяла система – тапата ArdeaSeal. Тя се приема за алтернатива на класическия корк. Серията F2F е ресторантьорският бранд в портфолиото на избата и включва бариково шардоне и две червени вина – едното купажи от Каберне Совиньон, Сира и Регент, а другото Дорнфелдер. Те отлежават във френски дъбови бъчви между 4 и 12 месеца. Най-новата серия е едноименната New Bloom. Бялото е бленд между Совиньон блан и Шардоне, а розето - между Каберне Совиньон, Каберне Фран и Сира. New Bloom Winery се готви за нови попълнения в сериите тази зима.

# PEUGEOT ПРОМЕНИ 5008, ЗА ДА СТАНЕ ПО-ВПЕЧАТЛЯВАЩ

автор: Венцислав Генков



**Т**ърсите SUV? Peugeot е в списъка ви за пазаруване? Не съм изненадан, че е така. Марката преживява „фаза на възстановяване“, а липсата на съвременни SUV в предлаганите модели беше истинска ахилесова пета. Поне до появата на 5008.

Новото „лъвче“ включва най-новата версия на i-Cockpit, модулната платформа EMP2 и множество високотехнологични функции, които подобряват комфорта и безопасността. Зад елегантния динамичен дизайн стои изключително практичен автомобил. Със своите седем индивидуални места, новият 5008 е първият SUV, който предлага модулируемост, съизмерима с тази на най-добрите пътнически автомобили. В тази категория той ще се конкурира с автомобили като Mitsubishi Outlander, Nissan X-Trail и Skoda Kodiaq.

5008 е по същество е по-дълга версия на модела 3008, който беше представен на пазара в Европа в началото на 2016 г. Всъщност има допълнителни 190 мм дължина, но привидно малкото увеличение във вътрешното простран-





ство далеч надвишава очакванията.

Малко производители на автомобили предлагат големи SUV от сегмента C като 5008, тъй като този подсегмент все още е развиващ се и затова има действително търсене и голям потенциал. Днес много водачи са привлечени от тази концепция, но те търсят също обем, простор, комфорт и практичност, съответстващи на различни аспекти от активния им живот.

Ключът към гъвкавостта в пространството на 5008 е начинът, по който е настроен вторият ред. Вместо две големи седалки, 5008 има три отделни места, монтирани на плъзгащи се релси, което позволява на пътниците да имат достатъчно място за краката си, ако нямат багаж. Третият ред седалки се състои от две места, които са подходящи за кратки разстояния.

Интелигентният дизайн на автомобила е вдъхновил инженерите да направят тези допълнителни седалки лесно отстраняеми. Скромното им тегло под 11 кг и единственият бутон за управление ги правят лесни за изваждане, така че пътниците могат да увеличат обема на багажника. Всяка отстранена от третия ред седалка увеличава пространството с 39 dm<sup>3</sup>.

С до 780 dm<sup>3</sup>, или 1060 л при конфигурацията с 5 места, багажникът е с 100 dm<sup>3</sup> по-голям от предшественика 5008. Равното, изчистено пространство и нисък праг на багажника, в съчетание със сгъваща се седалка на пътника отпред, позволява да се пренасят по-дълги товари до 3.2 м.

Първото нещо, което се вижда при отваряне на предните врати, е новата версия на i-Cockpit, който предлага на шофьора и пътниците приятно изживяване. 5008 има компак-

тен волан, 8" capacitive сензорен екран с 12.3" цифров head-up инструментален панел с висока резолюция, които може да персонализира и конфигурира. Седемте централно позиционирани бутона на бордното табло с покритие от сатиниран хром предлагат бърз достъп до основните функции за удобство и безопасност на пътниците.

На външен вид автомобилът има забелязваща се визия на пътя. Силно впечатление прави авангардната предница с тройните LED светлини, които да приличат на котешки нокти.

За новия SUV са налични четири бензинови двигателя. Два са 1.2 PureTech със 130 к.с. с 6-степенна механична скоростна кутия с различна ефективност на CO<sub>2</sub> емисии, както и по-мощният 1.6 PureTech 165 к.с. с 6-степенна автоматична скоростна кутия.

Шест дизелови двигателя допълват гамата, но наличността им е в зависимост от пазара - от 1.6 до 2.0 BlueHDi. Най-мощната версия е 180 к.с. с 6-степенна автоматична скоростна кутия, като той се предлага за динамичната, върхова за гамата версия GT. След 1000 километра смесено каране на 1.6 BlueHDi 120 S&S с 6-степенна автоматична скоростна кутия, но най-вече по магистрали и първокласни пътища, видяхме цифрово обозначение на дисплея от 6.9 литра на 100 км.





ГРУМЕ 130

# ГРАДИНАТА НА **ЕСТЕ** **МЯСТО ЗА ЦЕНИТЕЛИ**

РЕСТОРАНТЪТ ЩЕ ПРОДЪЛЖИ ДА ИЗЕНАДВА КЛИЕНТИТЕ СИ С  
ТЕМАТИЧНИ ВЕЧЕРИ ОТ НАЙ-ДОБРИТЕ СВЕТОВНИ ШЕФ-ГОТВАЧИ



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/>



Едно от най-приятните и прохладни места в летните жеги в София е градината на ресторант „Есте“, която предлага изискана и красива обстановка, подходяща и за най-претенциозния вкус.

Прохладният летен оазис разполага с 43 места, разположени в осем шатри, всяка от които с индивидуално осветление, вентилатор и телевизия.

В ресторанта може да се насладите на интересни и първокласни ястия,

приготвени от шеф Димитър Дамянов, както и уникални десерти, които ще събудят сетивата ви.

Сред основните приоритети на заведението е поддържането на новаторски, интересен и здравословен начин на приготвяне на храната с най-качествените продукти от цял свят.

„Есте“ продължава да изненадва своите гости с тематични вечери, на които световноизвестни шеф-готвачи приготвят неповторимо меню за гостите на заведението.

Кулинарните творби са запазена марка на „Есте“. Заведението предлага различни тематични седмици, в които посетителите опитват типични за сезона свежи продукти в уютна обстановка.

Ресторантът е предпочитано място за провеждане на бизнес срещи, различни събития и частни мероприятия.

По време на празниците „Есте“ предлага готови менюта за къщи, които спестяват много време и усилия на домакинствата.

# МУЗИКАТА НА ЧЕТИРИ РЪЦЕ

АВТОР: Яна Колева

**З**а Аглика Генова и Любен Димитров винаги се говори в превъзходна степен. След всеки концерт и след всяко поредно отличие. Така е и сега, след като това лято получиха най-престижната награда за класическа музика ECHO Klassik 2017. Призът е в категорията „Концертен звукозапис на годината“ за компакт диска им „Бела Барток и Виктор Бабин - концерти за две пиана“, осъществен със Симфоничния оркестър на БНР под диригентството на Йордан Камджалов. Тази награда е музикалният Еверест за всеки класически музикант, обясняват двамата.

## Допирателни

Аглика Генова и Любен Димитров са искрено убедени, че техният път е да са клавирно дуо. Трудно е да се съберат двама ярки солисти, а те дори стигат до отказа да свират поотделно. Спели живота си в едно, те дишат заедно и заедно обичат, живеят заедно и заедно работят. Аглика Генова и Любен Димитров не просто свирят едновременно, а има едновременност и на диханието им. Лакмус за пълния синхрон между тях е именно съвършенството, което постигат като клавирно дуо.

Аглика и Любен имат общи пътища още от детството, които дълго се пресичат, докато се слеят. И двамата започват уроци по пиано на 5-годишна възраст. На 9 години са първите им публични изяви като солисти с оркестър. Всеки от тях печели множество награди от международни конкурси още по време на солистичното обучение в музикалните училища в Пловдив и Русе, а след това в Националната музикална академия в София в класа на проф. Джулия и Константин Ганеви. По лична покана на именития пианист проф. Владимир Крайнев, който става и техен ментор, те завършват специализация в неговия клас в Музикалната академия в Ханوفر. Двамата са обучавани от едни и същи академични преподаватели и това също има значение за постигането на хармонията в това дуо.

## Началото

Идеята да направят дуо идва съвсем случайно през 1995 г. от преподавател, който чува как двамата свирят заедно солово произведение на Шопен. Решават да опитат и само месец по-късно се явяват на конкурс за камерна музика, на който печелят първата награда. Тогава им казват, че след девет месеца е Международният музикален конкурс ARD в

*Никой от двамата не е изсвирил и един тон на сцена сам, без другия, откакто са създали клавирното дуо Аглика Генова и Любен Димитров*





Това лято Аглика Генова и Любен Димитров получиха най-престижната награда за класическа музика ECHO Klassik 2017

Мюнхен, посветен на клавирното дуо. Готвят се усърдно за този „висок скок“ и отново печелят първата награда. Никой от журито така и не иска да повярва, че техният ансамбъл

е на по-малко от година, макар междувременно като дуо да са спечелили и други конкурси. В първите две години от съществуването си са първи и на конкурса Dranoff в Маями, конкурса в Токио и конкурса „Белини“ в Италия. Това постижение и досега остава ненадминато от други артисти.

### Отдаденост

Аглика Генова и Любен Димитров вече седма година са преподаватели в Музикалната академия в Хановер. И също като своите преподаватели проф. Джулия и Константин Ганеви и проф. Владимир Крайнев са напълно отдадени на студентите си. Те не жаят време и часът никога не е 60 минути. Обучението не е само информация, а е и емоция. Музика и часовник за тях са несъвместими. А за да се възвърне високото ниво на музикалното образование в България, трябва личности, смятат двамата. Те са готови да правят майсторски класове и извън рамките на Международната лятна академия „Алегра“ в Русе, в която



## КЛАВИРНОТО ДУО АГЛИКА ГЕНОВА И ЛЮБЕН ДИМИТРОВ РАЗКАЗВАТ КАК СЕ ПОКОРЯВА МУЗИКАЛНИЯТ ЕВЕРЕСТ

от години участват. Има и други като тях, покорили най-големите музикални върхове в своята кариера, които биха дали своя принос в израстването на новата генерация български музиканти.

### Рецепта за успех

Тайната на успеха на Аглика Генова и Любен Димитров е в пълното им посвещение на това клавирно дуо. Те правят своята професионална жертва за музиката, затова и концертите им са запомнящи се. Музиката е техният начин на изразяване и никога от двамата не е изсвирил и един тон

на сцена сам, без другия, откакто са станали клавирно дуо. Засега няма техни ученици, които да са ги достигнали, тъй като младите хора имат силен стремеж към много бързо утвърждаване, същевременно проявяват ниска търпимост и неумение да чакат, липсва вътрешна дисциплина. Някои дори ги питат: „Можете ли да ни гарантирате, че ще имаме звездна кариера като вас.“ Успехът не идва при теб, ако не си направил жертви, сочи опитът на Аглика Генова и Любен Димитров. Те вярват, че музиката одухотворява, а класическата музика е нещо специално, което може да бъде поднесено на всеки.



## И ний сме дали нещо на света

Новите предизвикателства са тези, които вече 22 години държат това клавирно дуо на върха. Постоянно откриват произведения, до които все още не са се докосвали, тъй като много композитори са посветили част от живота си на този жанр. И самите те са изненадани колко много музика е създадена за клавирно дуо. Дори Панчо Владигеров в последната година и половина от живота си преработва някои от най-значимите си произведения за две пиана. Срещата им с творбите на този легендарен български композитор става по неочакван начин. В компакт диск записват световната премиера със събраните съчинения за клавирно дуо от Шостакович и като своеобразно на-

мигване към слушателите включват „Хоро стакато“ от Динику и Владигеров. Мнозина са силно впечатлени от това произведение и започват да ги питат дали Владигеров има музика за клавирно дуо. За да отговорят на този въпрос, те влизат в неговия архив с позволение на Министерството на културата и откриват над 500 страници ръкописи за клавирно дуо. Разчитат нотите директно от манускриптите, което в случая е доста трудно. Успяват бързо да направят записите, дискът е представен на световното изложение ЕХРО в Ханوفر и получава силен отзвук по цял свят. Така Панчо Владигеров става откритие на времето.



# Дарителска кампания „Коледа по никое време“ Фондация „За Нашите Деца“ подкрепя деца и семейства в нужда



**Re:дарител**  
ПРОГРАМА ЗА ИНДИВИДУАЛНИ ДАРЕНИЯ

**Ф**ондация „За Нашите Деца“ е българска неправителствена организация, която 25 години подкрепя най-уязвимите български деца и техните семейства. С международния си опит и качествена експертиза, за първи път организацията прилага на национално ниво подкрепата за родители с цел предотвратяването на изоставянето на деца, приемната грижа и създава първите общински екипи от социални работници в закрилата на детето.

Екипът на фондацията неотлъчно следва своята мисия всяко дете да прекара първите и най-важни години от своя живот в семейна среда, а не в изолацията на социалните домове. **Над 10 000 са децата и семействата, подкрепени от фондация „За Нашите Деца“, само за първите 6 месеца на 2017 година броят им е над 1000.**

Благодарение на успешното партньорство с бизнеса и гражданите за подкрепа на най-уязвимите деца в България, фондацията разполага с добре балансиран ресурс. Тя се утвърди като стабилен партньор на потребителите на услуги, на институциите, които формират и изпълняват политиките за закрила на децата, на дарителите си, повечето от които са от корпоративния сектор.

Една много малка част от ресурса, който организацията инвестира в подкрепата на децата и семействата в нужда и за предотвратяване на раздялата на децата от семействата, идва от индивидуални дарители. Според Световния дарителски индекс **едва 13% от българите са дарявали през 2015 г.**



**„Децата в риск не могат да чакат го Коледа! Те се нуждаят от подкрепа и грижа всеки ден от годината.“** Иванка Шалапатова, изпълнителен директор на фондация „За Нашите Деца“

В масовите представи дарителството е сезонно явление – обичайно по Коледа, по-малко – по Великден. Твърде рядко през останалата част от годината хората усещат необходимост да помогнат.

В най-летния месец август, когато всички се наслаждават на топлите, дълги дни и мислят за почивки и забавления, фондация „За Нашите Деца“ започва кампанията „Коледа по никое време“. Защо днес и защо „Коледа по никое време“? Защото екипът на фондацията вярва, че всеки ден може да е ден на положителна промяна, че децата в риск се нуждаят от подкрепа сега и не могат да чакат до Коледа. Кампанията е част от програмата за индивидуално дарителство Re:Дарител, която дава възможност на всеки да подкрепи най-чистата и светла кауза – щастието на нашите деца.

Кампанията „Коледа по никое време“ подкрепят 10 успели и известни личности: Ана Пападополу, Благой Цицелков, Георги Тошев, Захари Бахаров, Йоана Буковска, Йоанна Драгнева, Калин Вельов, Магдалена Малеева, Орлин Павлов, Сесил Каратанчева.

Присъединете се към общността RE:Дарител, като посетите страницата в сайта на фондация „За Нашите Деца“ Re:Дарител, изберете опцията „Стани Re:Дарител“, сумата, която да дарявате ежесечно, и попълнете формата за контакт.

Станете **Re:Дарител** и нека заедно преобразим света, в който живеем!



# LA VIE EN ROSE

LA VIE EN ROSE



## ДУХЪТ НА ПАРИЖ РАЗЦЪФТЯВА С КАШМИРЕНА МЕКОТА В КОЛЕКЦИЯТА НА MELLINI ЗА ЕСЕН-ЗИМА 2017/18Г.

Усещане за френски шик е закодирано в моделите на модния бренд за студения сезон, сред които специално внимание е отделено на връхните дрехи. Небрежен разкош и естествена елегантност рисуват характера на класическия силует на палтото-халат, играейки си с различните дължини, текстури и кройки на ръкавите. Големи геометрични джобове заемат отговорната роля на отличителен щрих за моделите, привличайки погледа чрез естествена пухкава кожа или декоративно прихлупване.

Фината вътрешна обработка допълнително олекотява връхните дрехи в колекцията, а в изисканата гама на кадифено розово, малиново и яркочервено, циклама, виолет, черно и кобалтовосиньо, топлата мекота на кашмира дава ново тълкуване на чувствената женственост. В светлините на Париж са обгърнати още палтото в сив пепит, както и впечатляващите манта в синьо и черно, покрити с дантела.

Детайлите по традиция изненадват с прецизност и изящна дързост: маншети от кожа с косъм, липса на копчета, кантове с дискретен метален блясък, кожени ресни.

### **И ТОВА Е САМО НАЧАЛОТО!**

Колекцията есен-зима 2017/18 г. отваря вратите на новия сезон с многообразие от елегантни текстури и безупречни силуети за роклите, саката, панталоните и плетивата, които ви очакват от 11 септември в бутика на MELLINI на ул. „Велико Търново“ 1 в София, както и онлайн на [mellinifashion.com](http://mellinifashion.com).





WORLD  
LUXURY  
SPA  
AWARDS  
NOMINEE  
2017

# ESTE FITNESS & SPA НАЙ-ЛУКСОЗНИЯТ ФИТНЕС СПА ЦЕНТЪР В СВЕТА ЗА 2017 ГОДИНА

**E**ste Fitness & Spa беше избран за победител в категория „Luxury Fitness Spa“, за 2017 година в най-престижния международен конкурс за луксозни спа центрове World Luxury Spa.

В надпреварата взеха участие над 300 фитнес и спа центрове от цял свят, а победителите бяха обявени по време на изискана гала церемония, която се проведе на 22 юли в гр. Ханой, Виетнам. По време на събитието присъстваха над 180 ВИП гости и знаменитости от над 50 държави.

Освен изключителния международен приз на глобално ниво, Este Fitness & Spa получи още 3 локални отличия – „Най-луксозен дневен Спа център“, „Най-луксозен Уелнес Спа център“ и „Най-добър Спа мениджър“. По този начин Este Fitness & Spa затвърди лидерските си позиции и се нареди сред най-добрите и луксозни фитнес и спа центрове не само на локално, но и на международно равнище.

„Este Fitness & Spa е запазена марка и символ на първокласно обслужване и безупречен професионализъм, отговарящ на най-високите световни стандарти. Екип от висококва-



лифицирани терапевти, масажисти и инструктори, включително местни представители на екзотична култура на Бали полагат високопрофесионални грижи за комфорта на гостите – беше посочено в номинацията на комплекса в конкурса.

Наградите бяха връчени лично на Надя Халачева, мениджър на Este Fitness & Spa, която присъстваше на събитието.

„Изключително щастливи сме, че Este Fitness & Spa спечели толкова престижно международно отличие. Това е още едно доказателство за първокласния лукс, изключителното високо качество и иновациите в спа услугите, които предлагаме на нашите клиенти. Благодарни сме и за получените отлични оценки от клиентите ни, което беше един от ключовите критерии за спечелването на допълнителните 3 локални награди“, сподели Надя Халачева по време на гала церемонията във Виетнам.

Центърът предлага комплексна услуга, свързана с грижата за здравето, красотата и отличната

физическа форма. На територията на Este Fitness & Spa гостите могат да се насладят на богата палитра от класически, екзотични и авторски масажи, спа терапии и ритуали, фитнес, басейн, сауна, парна баня, йога и пилатес.



КОЛЕКЦИОНЕРИТЕ ДА СА ОТКРИВАТЕЛИ  
НА СЪВРЕМЕННИ ТАЛАНТИ, ВМЕСТО ДА СЕ  
ПРЕВРЪЩАТ В АНИКВАРИ, ПРЕПОРЪЧВА  
ХУДОЖНИКЪТ ЯСЕН ПАНОВ

# ДИГИТАЛНИ СТРАНИЦИ ОТ ЕДИН ВЪОБРАЖАЕМ СВЯТ

автор: **Татяна Явашева**

Снимки: **Красимир Свраков**

**Н**а тази икона нарисовах как архангелите Гавраил и Михаил си предават през нощта от един ден в друг душата на някаква грешница, като Михаил стоял във вторника, а Гавраил в сряда-та. Крачели по изисканите имена на тези дни и от краката им шуртяла кръв от ходене по остриетата на буквите“. Този цитат от „Хазарски речник“ на Милорад Павич е калиграфски изписан от Ясен Панов със златни букви върху порцеланово плато с колаж, направен също от него. То беше експонат в изложбата „Дигитални колажи, керамика, изделия от ръчно стъкло и авторски лампи“ в модерната столична галерия „Сан Стефано“.

## Новатор

Експозицията съпътстваше първата OLED изложба в България, на която си дадоха среща уникалната технология на LG Electronics и талантът на Ясен Панов, известен със своите новаторски техники. Показани бяха четири единствени по рода си OLED инсталации, които с помощта на звук и светлина дават възможност картините да

оживеят на най-новите OLED дисплеи на LG, които са подходящи за дома и офиса.

## Път

Ясен Панов е завършил специалност „Художествено оформление на книгата и графичен дизайн“ в Националната художествена академия. Бил е художник в издателствата „Прозорец“, „Гурме“, „Спектър“ и „Иван Вазов“, както и художествен директор на списанията „Лада“, „Сол и пипер“, „Бакхус“, „Меню“, EGO, Gentleman, а също и на в. „Култура“. Привлечен е от интериорния дизайн и по негов проект са правени редица ресторанти, сред които „Отвъд алеята зад шкафа“, Mediteraneo, Namachi, а също и веригата La Bottega.

## Умения

Ясен Панов владее различни техники, свързани с правенето и реставрирането на мебели, изработването на бижута, чанти, шапки и други предмети, които носят артистичен дух. Той не се ограничава само с илюстрации на



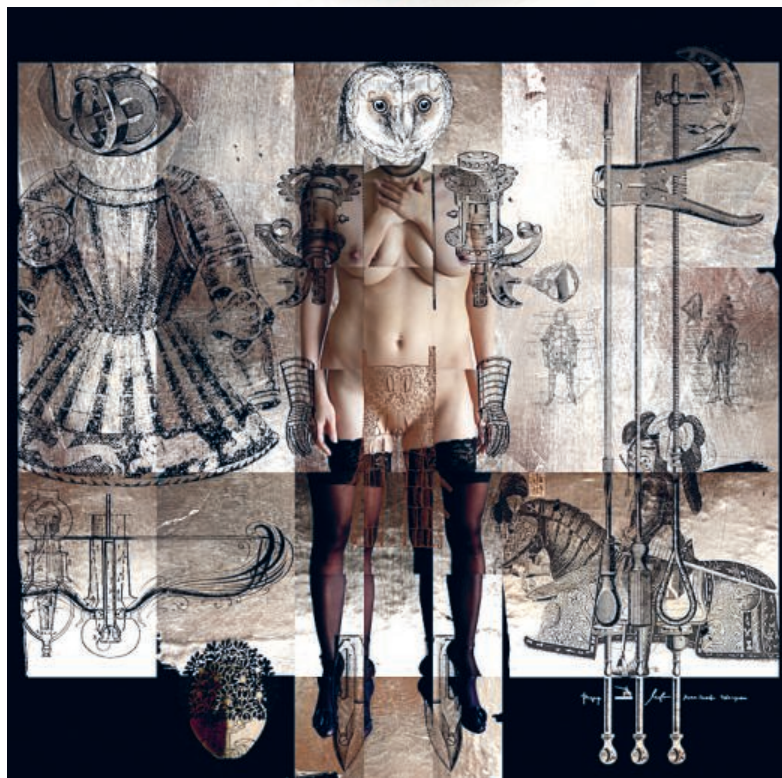
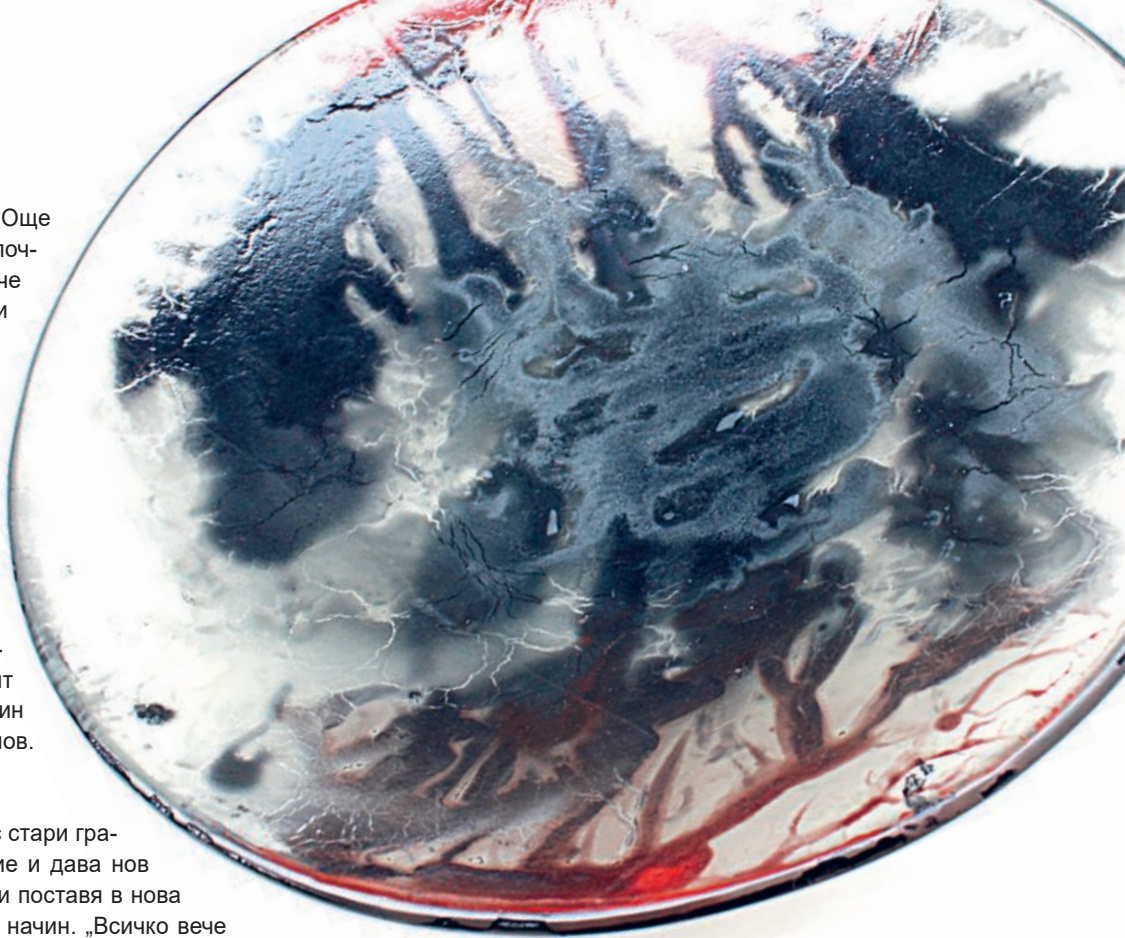
книги, с графика или живопис. Още в началото на 90-те години започва да прави колажи, но днес вече ползва съвременните „ножици и лепило“. За него компютърът не е средство, което генерира образи, а е инструмент с нови възможности за формат и мащаб, но и за разгръщане на въображението. Дигиталните му творби са в лимитиран тираж, всички са подписани и номерирани, а на гърба на всяко копие има оригинална рисунка, която го прави уникално. „По този начин се отварят нови страници от книгата на един красив свят“, обяснява Ясен Панов.

### Нов живот

Събира антикварни книги със стари гравюри. От тях черпи вдъхновение и дава нов живот на изображенията, като ги поставя в нова среда, в която те дишат по нов начин. „Всичко вече е правено, посоката е от реалистично към абстрактно и от абстрактно обратно към реалистично“, обяснява той. Творбите му са своеобразна симбиоза между двете. По негови думи те са като илюстрации за книги, написани от някой луд.

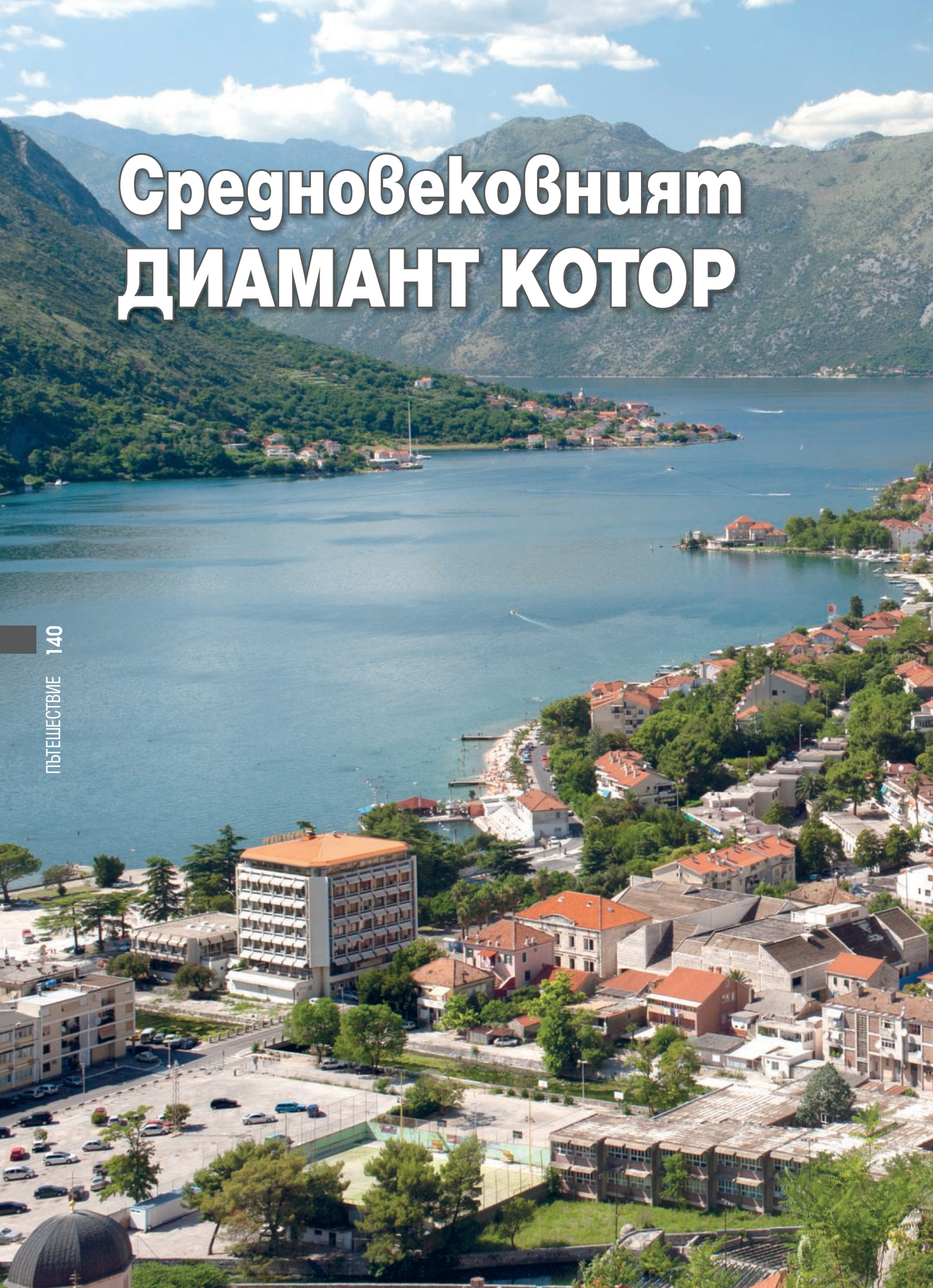
### Пазар

Стремежът на Ясен Панов е работите му да намират дом и цените са съобразени с това негово желание. „Пазарът на изкуство в България продължава да не се формира и затова колекционерите купуват основно стари майстори, тъй като в това те виждат сигурност за вложението си. Така се превръщат в антиквари, вместо да откриват талантиливи съвременни автори и да съдействат те да станат утвърдени имена. В наши дни не всички големи автори са търсени и не всички търсени имена са големи. Значимостта на всеки творец се мери на везните на бъдещето“, казва художникът. Той насърча всеки, който идва да види изложбите му, да купи, когато нещо му хареса, защото изкуство е да радва. Когато човек се освободи от оковите на инвестицията, той ще избира само онова, което му въздейства.



# Средновековният ДИАМАНТ КОТОР

ПЪТЕШЕСТВИЕ 140





## ЧЕРНОГОРСКИЯТ ГРАД НАПЪЛНО ЗАСЛУЖЕНО БИВА НАРИЧАН „НЕВЕСТАТА НА АДРИАТИКА“



КРЕПОСТНАТА СЕНА

© Wikimedia



СТАРИЯТ ГРАД ОТБЛИЗО



КАТЕДРАЛАТА  
„СВ. ТРИФОН“

автор: Преслава Георгиева

**В** края на XIX в. Котор получава прозвището „Невестата на Адриатика“ заради зашеметяващата си красота, лазурното море, скалистите брегове, стръмните склонове на планината Ловчен, околните в зеленина каменни укрепления на Стария град и серпентините към крепостта „Свети Иван“.

Градът се простира на площ от 335 кв. км, върху тясно плато в полите на Ловчен и е разположен в едно от четирите живописни заливчета на Которския залив, познат още като Бока Которска. Макар често да е считан за най-южния фиорд в света, той всъщност представлява погълнат от морето речен каньон, чиито малки заливчета, свързани помежду си с тесни канали, образуват един от най-красивите заливи в Европа. Градчетата около него са популярни туристически дестинации заради богатството на исторически паметници и древни традиции.

Отлично съхраненият стар град на Котор, построен между XII в. и XIV в., е дом на множество средновековни сгради и културни паметници и напълно заслужено присъства в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО.

Няма еднозначни исторически сведения за възникването на града. Според някои източници той е създаден през античността, а според други селището съществува вече цели две хилядолетия. Древното селище било известно като Акрувиум, а името Котор идва от византийското му наименование – „dekaderon“, производно от гръцката думата „katateo“ – „горещ“. Културата и историята на Котор са неизменно повлияни от множеството завоеватели, управлявали тези земи през вековете – илири, венецианци, австрийци, французи.

В периода III-II в. пр.н.е. тук властвали илирите, послед-



ПАНОРАМНА ГЛЕДКА КЪМ КОТОР

вани от римляните, чието управление продължило от 168 г. пр.н.е. до 476 г. сл.н.е. След разпада на Римската империя Котор попада под византийско владичество. Между 1185 г. и 1371 г. крайбрежният град е част от средновековната сръбска държава, управлявана от династията Неманичи, и преживява истински икономически и културен възход. Унгарците завземат Котор от Неманичи и управляват до 1384 г., последвани от босненския крал Твъртко.

От 1391 г. Котор е независима република, но при заплахата от нахлуване на османците през 1420 г. местното население доброволно дава управлението на града на Венецианската република. Въпреки това, той бива обсаден от османците два пъти - през 1538 г. и 1657 г., и това са най-тежките периоди в историята му. В резултат на четирите века венецианско господство, Котор придобива типичната си венецианска архитектура.

В края на XVIII в. Котор става част от Австрийската империя, а през 1806 г., макар и за една година, минава под управлението на руснаците. През следващата година с таен договор руснаците отстъпват града на французите, които остават тук до 1823 г.

Бока Которска и бившата Черна гора се обединяват по време на съвместната си борба срещу френската монархия. За съжаление, това трае едва 9 месеца, тъй като Парижкят мирен договор, подписан на 30 май 1814 г., не признава техния съюз и Бока минава под управлението на Австрия. Следващият век бива белязан от множеството въстания, а дълго чаканото освобождение от Австрия идва през 1918 г.

Днес градът е административен център на община Котор и има население от 13 510 души. На югоизток граничи с варовиковите масиви на планината Ловчен, а на северозапад - със склоновете на планините Оржен, Радостак и Добротница. Старият град, разположен в централната му част,



ПЛОЩАДЪТ С ЧАСОВНИКОВАТА КУЛА



ЧАСОВНИКОВАТА КУЛА



СТАРИЯТ ГРАД, ОТ ВИСОКО

е заобиколен от 4,5-километрова стена, която се простира над и на изток от него - от морето по хълма Свети Иван до едноименната крепост на върха му.

Построена върху почти отвесни скали, тя е умалена версия на Великата китайска стена. До върха ѝ можете да се изкачите по 1350 стъпала, които ще ви отведат до Църквата на Дева Мария (на половината път) и крепостта „Св. Иван“ на върха на хълма. От двете места се разкриват великолепни гледки към града и целия залив.

Котор е град с богата история, култура и множество прекрасни запазени монументи, църкви и катедрали, които носят отпечатъка на илирийската, римската, готическата, ренесансовата и бароковата култура. Стариият град, разположен в самия край на Бока Которска, е най-известната част на Котор, ревниво пазеща неговата история, култура и традиции. Той има триъгълна форма и съответно - три входа, като главният е Морската порта от 1555 г.

Стариият град е построен като лабиринт със защитна цел и е дом на множество средновековни архитектурни паметници. Църкви, катедрали, дворци и музеи са вплетени в сложна мрежа от тесни калдъръмени улички, площади и пазари. Най-големият площад - „Площадът на оръжията“, и до днес остава най-популярното място в града. Сред богатството от исторически и културни паметници тук са също: катедралата „Св. Трифон“, църквата „Св. Лука“ от XIII в., Часовниковата кула от VIII в., Дворецът на принца от XVII в., църквата „Св. Мария“ от XII в., църквата „Дева Мария“ от XV в. и театърът „Наполеон“ от XIX в. Днес Стариият Котор се смята за най-добре запазения средновековен град в



СРЕДНОВЕКОВНИТЕ СГРАДИ В СТАРИЯ ГРАД

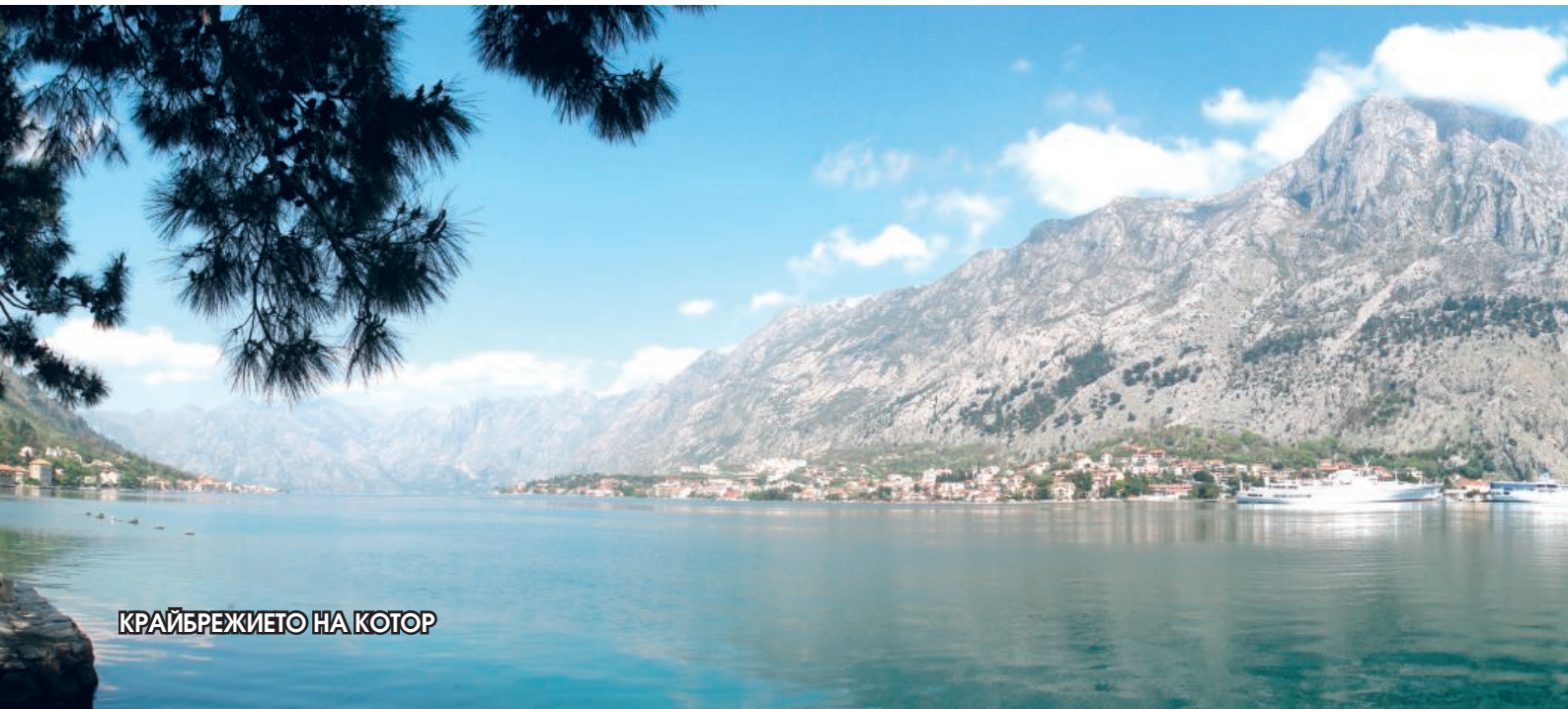
Средиземно море.

Най-старата археологическа находка тук е раннохристиянска базилика от VI в., открита под църквата „Света Мария Коледайте“ в непосредствена близост до главната порта на Стариия град. През XI в. местните жители избират св. Трифон за свой светец-покровител и в негова чест през XII в. се изгражда едноименната катедрала – днес основен символ на града.

Богатото минало на това място е оставило своя ярък отпечатък не само върху големите символи на града, но и върху градските къщи, гордо окичени с римски орнаменти като номера, сентенции, лъвски знаци, дракони и змии. Тук ще видите също барокови прозорци, високи стени и изкусно декорирани арки.

В Котор ще откриете и множество дворци: дворецът „Драго“ с готически прозорци от XV в., дворецът „Бизанти“ от XII в., дворецът „Пима“ с типичната си ренесансова и барокова архитектура, дворецът „Грубоня“, носещ герба на старата которска аптека от 1326 г., дворецът „Гргури“ от XVII в., който днес е дом на Морския музей и Часовниковата кула и в непосредствена близост до който се намира средновековен „позорен стълб“.

Историците са единодушни, че Средновековието е най-важният период в развитието на града, най-вече защото то е време на сериозен икономически бум, в резултат на който започва да се развива образованието, културата, изкуството и строителството. През XIII и XIV век Котор вече има своя собствена аптека, лекари, златари, оръжейни ковачи и







ковачница, библиотека, класическо образование, теолози, общинска организация, закони и нотариални книги.

Летата в Котор са топли и сухи, а зимите - меки и влажни. Средната годишна температура е  $15,2^{\circ}\text{C}$ , а климатът е субсредиземноморски – комбинация от средиземноморски и планински. Немалка част от населението на Котор се занимава с риболов. Има няколко частни мидени ферми, чиито собственици зареждат с миди своите ресторанти и хотели в града. Заради нарастващия туристически интерес в пристанището целогодишно ще видите кораби и луксозни яхти, а покрай каменистите брегове към Доброта и Пераст – акостирали баржи.

Макар водата в залива да е подходяща за плуване цели 144 дни в годината, Котор не е най-добрата дестинация за плажуване. Пясъчни плажове почти няма, а няколкото каменисти такива са разположени главно пред хотелите. Затова пък голяма част от малките кафенета, разположени по крайбрежието, предлагат заедно с напитките шезлонги и чадъри за слънчеви бани, както и възможност за плуване в залива.

Ако посетите Котор, задължително трябва да опитате которските специалитети като домашната рибена чорба, приготвена от печена пъстърва, ориз и други добавки, които ѝ придават тъмночервен цвят и апетитен аромат; хрупкавите бисквитки с форма на ромб, наречени „фрустули“; и най-известното местно ястие – „ньоки“, които се предлагат обилно по време на известните карнавали в Котор. Разбира се, освен традиционната черногорска кухня, за която са характерни пушена съомга, сирене, маслини и прочутите местни

вина и ракии, в Котор можете да опитате италианска кухня и изключително разнообразие от рибни специалитети.

Най-популярните места за разходки и срещи в Котор са крайбрежната алея „Которска Рива“ и 7-километровата местност Доброта, а районите от двете страни на пристанището са място за почивка и уединение. В градския парк ще откриете детски площадки, зелени площи, алеи и пейки за отмора.

Ако държите да плажувате пълноценно, можете да посетите близкия град Тиват и неговите многобройни плажове, използвайки такси, баржа или лодка. На 25 км от Котор се намира и меката на туризма Будва, където ще откриете целия набор от плажни забавления.

Которският залив предлага разнообразни възможности за дайвинг, а планинските масиви са истинско предизвикателство за катерачите, които могат да поемат по планинската пътека към хълма Св. Иван и да продължат към върховете на планината Ловчен.

Котор е градът с най-много кафенета по черногорското крайбрежие. Освен заведенията в градската част, на брега ще откриете множество открити кафенета и тераси, особено популярни през летните вечери. За любителите на фолк музиката някои от ресторантите в Стария град предлагат музика на живо.

Целогодишно в Котор се провеждат множество събития – карнавали, балове с маски, религиозни и рибарски фиести, концерти в местните църкви и музеи, както и културни събития за всеки вкус и възраст.



# DAMN GOOD!



# DAMN GOOD!

*Red Devil*  
RED DEVIL CATERING



0 700 14 700



[WWW.REDDDEVILCATERING.COM](http://WWW.REDDDEVILCATERING.COM)



[OFFICE@REDDDEVILCATERING.COM](mailto:OFFICE@REDDDEVILCATERING.COM)

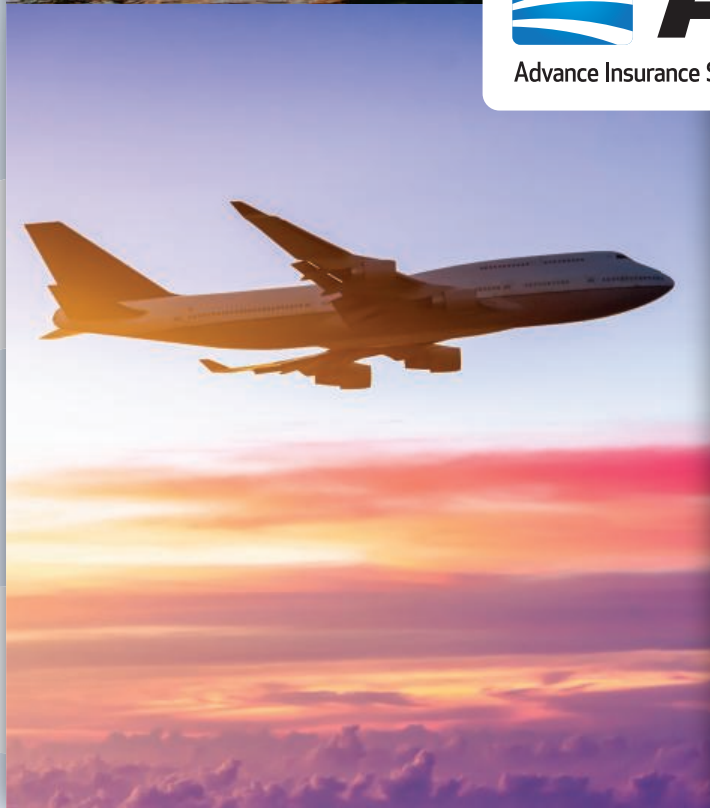
# ИНДИВИДУАЛЕН ПОДХОД

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



## GLOBAL PRODUCTION AND MARKETING OF HUMAN AND VETERINARY PHARMACEUTICALS



We add performance to your business

HUVEPHARMA EOOD • 3A NIKOLAY HAYTOV STR • 1113 SOFIA • BULGARIA • P +359 2 862 5331 • F +359 2 862 5334 • SALES@HUVEPHARMA.COM

HUVEPHARMA N.V. • UITBREIDINGSTRAAT 80 • 2600 ANTWERP • BELGIUM • P +32 3 288 1849 • F +32 3 289 7845 • CUSTOMERSERVICE@HUVEPHARMA.COM