

ИКОНОМИКА

Д-Р ЦВЕТЕЛИНА СПИРИДОНОВА:

ЗДРАВЕТО Е ОТГОВОРНОСТ

DR. TSVETELINA SPIRIDONOVA:

GOOD HEALTH IS A RESPONSIBILITY

ISSN 1314-376X



9 771314 376013



NAVIBULGAR[®]
SINCE 1892



Очаквайте



Mr. & Mrs.
ИКОНОМИКА
2021



6Пътят, който младите проправят

14Д-р Цветелина Спиридонова:
Здравето е отговорност

22Евро ускорение

28Next.e.GO и българската революция в електромобилността

34Туризмът спря, за да тръгне отново

40И пак търсим хора

46Четиридневната работна седмица – не дали, а кога



50Мисия „Първа работа“

54Инж. Иван Моллов:
Винаги първи

56Изкуствен интелект помага при покупката на имот

58Edutech набира скорост

60Вероника Рачева:
„Тийноватор“ подготвя учениците за бъдещето

62Странният свят на Джек Дорси



64Милиарди от безплатен софтуер

66Предприемачески марафон с Гена Събева

69Финансово решение, с което сбъдваш мечтите си с лекота

70Плевня и предприемаческата синергия

74Менторство с добавена стойност

76Голямата промяна, която започна от една малка чайна

80Автоматите продават

Списание „Икономика“. София 1111, жк. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11 Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699

Издател „Медия Икономика България“ ЕООД; Изпълнителен директор: Невена Мирчева

Главен редактор: Невена Мирчева; Счетоводство: София Стрелкова - Гечева

Редактор: Татяна Явашева; Автори: Александър Александров, Мая Цанева

Дизайн: Бранд Медия България ЕООД; Фото: Красимир Свраков; Фото корица: Александър Нишков

Печат: Спектър АД; Разпространение: „Медия Икономика България“ ЕООД



- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>84.....Здрави на работа</p> <p>86.....Швейцарското ножче в продажбите</p> <p>88.....Cupffee или как да се откажем от пластмасовите чаши</p> | <p>92.....Вторият живот на отпадъците</p> <p>96.....Господари на гумите</p> <p>98.....Космическа експанзия</p> <p>102...Изкуството да побеждава</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

ИКОНОМИКА
economy
MAGAZINE lifestyle

- | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>104...Chanel No. 5 - 100 години ухане на жена</p> <p>108...Медта - първа сред металите</p> <p>110...Димитър Ценов, който дари всичко за образованието</p> | <p>112...Нови книги от Сиела</p> <p>114...Йълдъз Ибраимова: Търсенията правят живота интересен</p> <p>116...Изящният танц на коприната</p> <p>118...Търсейки Ориента край Измир</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



*Невена Мирчева,
главен редактор*

МЛАДИТЕ, МЛАДИТЕ...

Почти всички велики неща са направени от младите, казва Бенджамин Дизраели, и ние му вярваме. Вярваме и на младите хора в България – трупаци умения и професионализъм, прагматични, но и креативни, готови с енергията и заряда си да превърнат страната в едно наистина добро място за живот.

В темата на броя даваме думата на двама активни в общественения дневен ред младежи, които споделят своите идеи за промяна.

Разказваме историите на млади български предприемачи като Олга Василева, която смята, че преди всичко служителите ѝ трябва да са здрави и щастливи; Мирослава Милева, която създава работно място за младежи от социални домове; екипът на Wasteful, които правят настилки от отпадъци; Мирослав Запрянов, който замени пластмасовите чаши за кафе с ядливни; Димитър Темелков (Киоск България), Ивайло Николов и Лазар Ангелов (HealthInBox) и Албина, София и Кристина (Vendy+), които реализират иновативни идеи за продажби от автомати; Мартина Георгиева и екипа на SafeeHub, които осигуряват първа работа за млади хора; Вероника Рачева от „Тийноватор“, които помагат на ученици и студенти да реализират своите предприемачески проекти. И още, и още...

Лице на корицата ни е д-р Цветелина Спиридонова – успешен млад лекар и мениджър, с която говорим за уроците на пандемията, кризите и най-вече – на живота, който тя е призвана да пази.

Приятно четене!

ПЪРВИ

КОЙТО
МЛАДИТЕ
ПРОПРАВЯТ



ЕЛИТЪТ НА ПОКОЛЕНИЕТО
20+ ТРУПА ЗНАНИЯ И
ПРОФЕСИОНАЛИЗЪМ И
СЕ ГОТВИ ЕДИН ДЕН ДА ПОЕМЕ
КОРМИЛОТО НА УПРАВЛЕНИЕТО

✍ Татяна Явашева

Земята не принадлежи на нас, взели сме я назаем от нашите деца... Същата тази мисъл може да бъде перифразирана и за държавата. Като по правило политиците в България избират модела „Живей за мига“, дори не „Утре започва от днес“. Те сякаш забравят, че животът на кредит някой след тях ще трябва да го плаща. И за този някой е важно какво всъщност ще получи – голям дълг или добро наследство. Властимащите не си дават сметка, че техните действия и бездействия стават пред погледа на едно ново поколение, което тихомълком вече се готви да поеме кормилото на управлението. Елитът на това поколение трупа знания, умения, професионализъм, гледа критично на всичко. Исква практични решения за бъдещето, които да бъдат прилагани от професионалисти. А ако не му харесва реалността тук, заминава в чужбина – да учи, да работи, да се развива.

Те са бързо адаптивни, но и нетърпеливи, те са прагматици и технократи, израстващи в свят на дигитална свързаност, в който всичко им е на един клик разстояние. Да чуем гласа им. Ето какво казва Румен Чолаков от „Път на младите“: „На нашето поколение вече ни омръзна министър-председателят да излиза и да показва „Аз ви направих път“. Ние не сме благодарни, че в държавата ни има път. Ние очакваме, че в държава от ХХІ век в Европейския съюз ще има път. Тук става въпрос, че искаме вече да минем на друг етап от нашето развитие.“

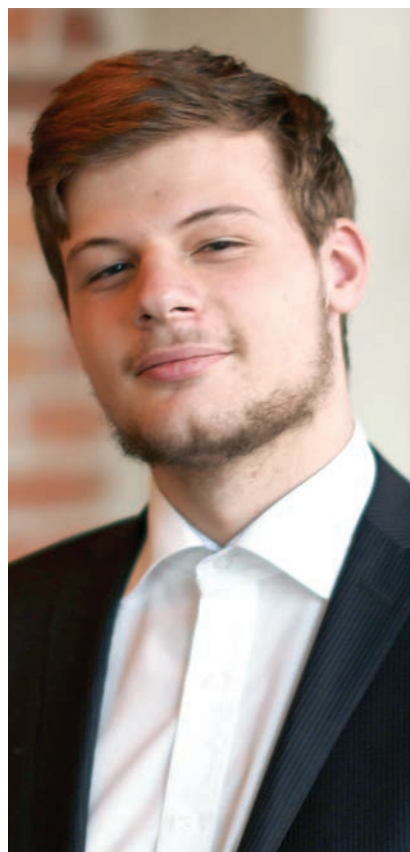
И ето две гледни точки към българската действителност от позицията на техните 20+.





Арно Пигелер: В България има отлични предпоставки за качествен живот

МЛАДИТЕ НЕ СА БЕЗРАЗЛИЧНИ, ИМАМЕ ИДЕИ В ИЗОБИЛИЕ, СТИГА ДА ИМА КОЙ ДА СЕ ЗАСЛУША В НАШИЯ ГЛАС



АРНО ПИГЕЛЕР Е НА 20. ОСНОВАТЕЛ И ПОЧЕТЕН ПРЕДСЕДАТЕЛ НА „БЪЛГАРИЯ НА МЛАДИТЕ“. СТУДЕНТ В ГЪОТЕ УНИВЕРСИТЕТ ВЪВ ФРАНКФУРТ

- Господин Пигелер, как стана това ваше осъзнаване, че личностното ви развитие е силно свързано с перспективата на обществото, на другите?

- При мен проблемите водят до силна непоносимост, отколкото при повечето хора. Това ме кара да искам да предприема нещо незабавно. Когато последвах това чувство, светът ще започне да ти се усмихва - чрез вдъхновението, което ще усетиш, и чрез хората, които ще реагират и ще те оценят. Позитивните примери дават решения на житейски и морални терзания по време на целия ни живот. Затова учим за Левски и се вдъхновяваме от него - такава сила движи цели народи.

- Каква е каузата на промяната, за която работите?

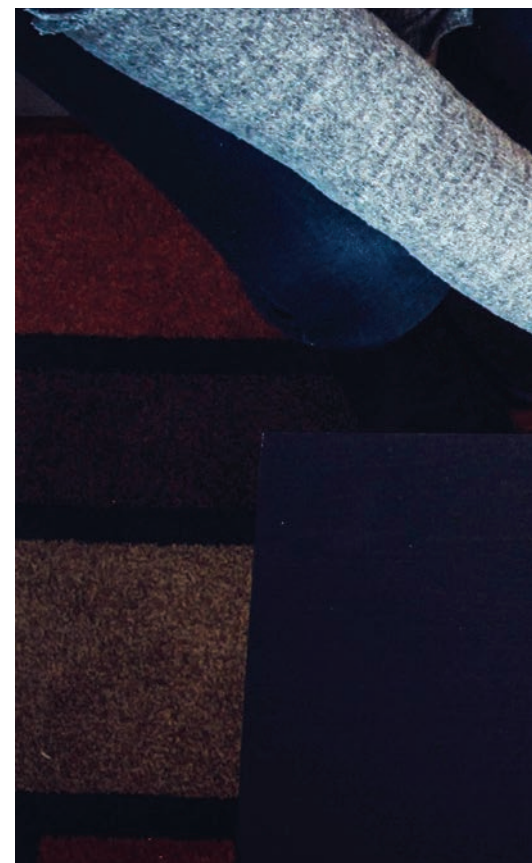
- По-голямата кауза е България, която дава отлични предпоставки за качествен и пълноценен живот. Нашата ниша са младите - даваме им позиция, от която да иницират промените, които искат да видят, както и най-добрите карти, за да успеят лично в живота си, с което ще успее и България.

- Защо искате да сте част от обществения купеж, вместо просто да продължавате с образованието си?

- Студентството е идеалният момент за обществен ангажимент. Човек е млад, има мечти и амбиции и е готов да извърви дълъг път, за да ги постигне. По-нататък добрата кариера изисква изключителен фокус.

- Владеете английски и немски, роден сте в Берлин, живели сте в Германия и Франция. Защо избрахте обществената ви мисия да е свързана с България?

- Благодарен съм на възможността да видя немалка част от света. Израснах в България и тук завърших гимназия, в коя-



то се рогу и идеята за „България на младите“. От доста рано бях любопитен и четох за новата история на България. Болееше ме от фактите и бях убеден, че потенциалът, който виждах около себе си, може да се справи с повечето от проблемите. И така реших да действам. Обичам България, тя ми е дала много и затова ѝ го дължа.

- Определяте себе си като предприемчив оптимист? Какъв е вашият оптимизъм за България и каква накратко е визията ви за развитието на държавата?

- Оптимизмът ми е силен. Качеството на живот в България расте. Все повече хора осъзнават, че животът в развития свят е въздуващ, но далеч не е лишен от трудности. Работи се много, кариерата е в центъра на живота и конкуренцията е много силна, но данъците са високи, на повечето места времето е мрачно. Според мен притеглянето към България ще се засили.

- Каква би била България, ако сега поверим нейното управление в ръцете на вашето поколение?

- Младежко представителство в изготвянето на повечето политики, гражданско и кариерно образование в училище, здрав мост между образование и бизнес... Симулациите ни на законодателни процеси са показали, че младите далеч не са безразлични, а напротив - идеи има в изобилие, стига да има кой да



се заслуша. Точно това искаме да се случи.

- Добрата икономика е стабилната база за по-добър живот. Как да засилим икономическия растеж и инвестициите?

- Трябват основно две неща. Първото е подобрение в предлагането - повече продукция с висока добавена стойност и трудно заменима позиция на растящи международни нишови пазари. Иначе голяма част от износа ни може да бъде заплашена от ръста на заплатите. Второто е засиленото вътрешно потребление. То винаги е органичният двигател на една икономика и най-близкият ни съюзник в трудни времена.

- Хората са тези, които правят държавата. Как ще вдъхнете надежда, че може и много по-добре от това, което вече е постигнато?

- Като отказваме да се задоволим с това, което имаме, и запретнем ръкави. Лично виждам как един импулс надхвърля началната си стойност многократно, както е и в икономиката. Ако повече хора правим това, обещавам, че резултатите ще се видят много бързо.

- Разбрахте ли кои са основните спирачки за по-добрата промяна?

- Те са много, но виждам как престават да действат. Спирачката „Апатия и безверие“ беше голяма, но усещам как младите българи започват да вярват и да търсят. Бих се радвал ние да имаме принос да зараснат раните, които

последните десетилетия са нанесли на българите. Младото поколение е значително по-малко обременено и сме длъжни да вложим добре тази своя привилегия.

- Инвеститори имат безпокойство за липсата на достатъчно работна ръка. Кои действия биха довели до повече и по-квалифицирана работна сила?

- Завърщането на работна сила от чужбина определено е ключ. Загържането на квалифицираните хора е поне толкова важно. България трябва да стане дестинация за качествено, но достъпно висше образование на европейско ниво, с което да задържа българските студенти и да привлича таланти от развиващи се страни в региона. В държавния сектор има заключена работна сила, която с нужната преквалификация би могла да отключи допълнителен потенциал в българския бизнес.



БЪЛГАРИЯ ЩЕ СПЕЧЕЛИ МНОГО

от синергията между бизнеса и амбициозните млади хора

- С какво „България на младите“ е полезна на България, на бизнеса?

- България ще спечели много от синергията между амбициозните млади хора. Търсенето на такива личности от страна на бизнеса в България е много голямо и ние можем да отворим тази врата. Имаме много успешни кооперации зад гърба си по тази линия.

- Следвате в Германия. Защо не в България?

- Ако си сред най-добрите студенти в елитен западен университет, известни професори те забелязват, най-добрите работодатели на континента започват лично да следят развитието ти, семестър или два в Америка или Япония не са проблем. Състудентите ти, с които ще имаш добър контакт, ще започнат да окупират водещите позиции в различни сфери след 20 години. Ключът е българското висше образование да се стреми да предлага сравними перспективи.

- Как си представяте вашето развитие напред - предприемач, част от корпоративния свят, политик, обществено значима личност...

- Всяко от тези неща е страхотно и обикновено отнема цял живот да се постигне. Жаден съм да работя много и да се наложа в един конкурентен професионален свят. Но приоритетите в живота се менят, често по непрегвудим начин. И затова ще оставя този въпрос отворен, поне на този етап.

ЧЕСТОТО ИЗМЕНЕНИЕ НА ЗАКОНОДАТЕЛСТВОТО СЪЗДАВА НЕСИГУРНОСТ СРЕД БИЗНЕСА И ИМА НЕГАТИВЕН ЕФЕКТ ВЪРХУ ИНВЕСТИЦИОННАТА АКТИВНОСТ



ПЕТЪР СЕРАФИМОВ Е НА 25. БАКАЛАВЪР ПО ЧАСТНО ПРАВО, СПЕЦИАЛИЗИРАЛ Е МЕЖДУНАРОДНО ПРАВО И ПРОДЪЛЖАВА РАЗВИТИЕТО СИ В ЮРИДИЧЕСКАТА ОБЛАСТ

Петър Серафимов: От държавата се очаква да подобрява средата с правилни политики

- Господин Серафимов, представете себе си накратко...

- Аз съм на 25 години, роден съм в София и след като завърших средното си образование в НГДЕК, заминах за Франция, където завърших бакалавър по частно право, избрах да специализирам международно право, след което - право и политики на развитието. Това лято съм отново в София и започнах своята професионална кариера. Интересувам се от инвестиции в иновативни технологии. Работих по изграждането на електронен портфейл.

- Каква е каузата на промяната, за която сте готов да работите?

- За мен най-важната кауза на промяната е изготвянето на една цялостна и балансирана държавна стратегия за промяна и подобряване на средата. Тя трябва да

бъде съставена на базата на каузи и цели в различните отрасли, определени според точни икономически, социологически и демографски показатели. Така не само ще направим равностойка за постигнатото до момента, но и ще видим какво трябва да се промени, подобри и къде да се съсредоточим.

- Кои са темите със силен обществен резонанс, които ангажират вашето внимание?

- Вълнувам се от политическата обстановка в страната, както и от целите пред ЕС и Зелената сделка.

- Вашият поглед към Зелената сделка и най-опасните зони, в които тя може да предизвика икономически или социален взрив?

- Чрез Зелената сделка страните от ЕС



© Димитър Арнауд

ЗАПАДНА ЕВРОПА ПРЕДЛАГА ПО-СИГУРНА СРЕДА за предприемачеството, но в България има много неща, които предстои да бъдат реализирани

реализация в България.

- Каква би била България, ако сега поверим нейното управление в ръцете на вашето поколение?

- Политическият дебат няма да бъде обременен от това кой е бил част от стария режим в България. Основното, което бих променил, е харченето на държавни средства за кризисно запълване на гупки и популизъм.

- Как да засилим икономическия растеж и инвестициите?

- Добрата икономика е предпоставка за по-добър живот, но също така финансовият ресурс трябва да е добре разпределен, за да не се получават фразантни разлики във финансовото състояние на хората. Икономическият растеж и инвестициите може да бъдат засилени чрез изготвянето на цялостна стратегия, след преосмисляне на приоритетите и сегашното положение, тъй като е важно не просто да се привлечат инвеститори, а да имаме точна визия за това, което искаме да постигнем. По тази причина трябва да се предприемат и умни реформи в образователната система с цел подготовка на кадри за тези инвеститори. Трябва да останем последователни в реализирането на тази визия. На определен период трябва да се прави равностметката и, ако се налага, да бъде актуализирана, защото практиката е различна от теорията. Трябва да решим и въпроса с усещането за корупция.

- Къде ще предпочетете да се реализирате професионално – в България или в чужбина?

- За мен мястото не е от значение, водеща е каузата и доколко тя води до позитивен ефект. Западна Европа предлага по-сигурна среда за предприемачеството, но в България има много неща, които предстои да бъдат реализирани.

- За каква кариера мечтаете – предприемач, част от корпоративния свят, политик, обществено значима личност...

- Имам желание да променя много неща като политик, но първо трябва да натрупам още опит в корпоративния свят, преди да се захвана с подобно нещо. Не бих се ангажирал на всяка цена с политическа кариера. ☺

се задължават да намалят вредните емисии на континента до 2030 г. с 50% спрямо нивата, измерени през 1990 г. Крайната цел е Европа да сведе тези емисии до минимум през 2050 г. Средствата, предназначени за държавите членки, ще са обвързани с целите на Зелената сделка. Замяната на енергийните източници с възобновяеми ще е много голямо предизвикателство за България, тъй като и досега възлицата остават най-голям източник на енергия. Ако държавата разчита изцяло на европейските средства, за да осъществи този преход, тя рискува да се сблъска с икономически проблеми. Първо, защото самата транзитна струва скъпо и не е сигурно, че европейските фондове ще са достатъчни за нейното пълно реализиране. Второ, защото зелената енергия струва скъпо на потребителя. Друга тема, която вече предизвиква полемика в Европа, е помяната на автомобилите с двигатели с вътрешно горене. Много е важно по какъв начин ще бъде въведена тази промяна, тъй като посъпването на горивата във Франция с цел намаляване на вредните емисии доведе до Движението на жълтите жилетки. Хората не трябва да се чувстват притиснати и същевременно смяната на превозното средство не бива да е непосилно за джоба на потребителя. Държавата трябва да проведе поетапна умна и насърчаваща политика, вместо да използва прийоми на принуда и задължаване.

- Реалистично ли е един ден България да разчита само на енергия от възобновяеми енергийни източници?

- Ако гледаме дяловете на различните

енергийни източници в България, тази цел изглежда нереалистична поне в настоящата ситуация. Ако държавата подобри средата и приложи правилните политики, за да привлече инвестиции в този сектор, това може да се промени.

- Как се учите да развивате критичен поглед към всичко, което на пръв поглед изглежда добре „опаковано“ за обществена „продажба“?

- Правото ме учи, че всяко нещо трябва да бъде разгледано от всеки възможен ъгъл, защото нищо не е напълно „бяло“ или напълно „черно“. Нюансите винаги трябва да се имат предвид, за да може една идея да бъде подобрявана във времето.

- Като юрист успявате ли да погледнете на правото в България откъм неговата крива страна?

- Нещото, което ми прави недобро впечатление, е честото изменение на законодателството, което може да има негативен ефект върху чуждестранните инвестиции. Няма как да очакваме те да се увеличат, когато промените в закона се правят често и без последователност. Това дава несигурност на компаниите.

- Имате ли виждане кое прави България предпочитана и кое нежелана за учене, за работа и живеене?

- Един от плюсовете със сигурност са ниските цени и ниските данъци. Проблем е реализацията след висшето образование, както и остарялата структура на образователната система, която не е достатъчно практично насочена. Усещането за корупция демотивира младите да търсят

Д-Р ЦВЕТЕЛИНА СПИРИДОНОВА: ЗДРАВЕТО Е ОТГОВОРНОСТ

МНОГО ОТ ПРОБЛЕМИТЕ В ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО СА
ВСЛЕДСТВИЕ НА ЛОШ КОНТРОЛ, ДВОЙНИ СТАНДАРТИ
В КОНТРОЛА И МНОГОЛИК ЛОБИЗЪМ



DR. TSVETELINA SPIRIDONOVA: GOOD HEALTH IS A RESPONSIBILITY

MANY HEALTHCARE SYSTEM PROBLEMS
STEM FROM POOR CONTROL, DOUBLE
STANDARDS AND MULTIFACETED LOBBYING



• ИНТЕРВЮ •

Д-р Цветелина Спиридонова е изпълнителен директор и собственик на МБАЛ „Хигия“ АД и МБАЛ „ХИГИЯ-Север“. Завършила е медицина през 2000 г. в Медицинския университет в София с отличие. През 2002 г. печели първо място в националния конкурс за зачисляване по хирургия и започва специализацията си в УМБАЛ „Царица Йоана - ИСУЛ“ -София. През 2008 г. става магистър по специалността „Обществено здраве и здравен мениджмънт“ във Факултета по обществено здраве отново в Медицинския университет - София и от същата година е хирург в Клиниката по хирургия на УМБАЛ „Царица Йоанна - ИСУЛ“.

От 2009 г. е асистент по хирургия към Медицинския университет в София, а от 2015 г. – главен асистент. През 2015 г. придобива докторска степен по хирургия, като три години е специализирала и в Париж.

14 години от трудовия ѝ стаж са преминали в МБАЛ „Хигия“ в Пазарджик. Д-р Спиридонова владее три езика, има над 40 публикации в специализирани медицински издания, изнасяла е лекции в редица научни форуми у нас и в чужбина. Почетен член е на Българското хирургично гружество и член на Немското хирургично гружество и френската асоциация по пластична реконструктивна и естетична хирургия – SOFCER.

Татяна Явашева

- Д-р Спиридонова, през тази година МБАЛ „Хигия“ става на 30. Кои са някои от най-големите постижения на болницата през този период, които ще откриете?

- За една болница е достатъчно пациентите, които се лекуват, да излизат с подобрение, по-здрав и по-щастливи. И вярвам, че това е най-голямото постижение за всяко лечебно заведение.

- „Хигия“ е първата болница с частна собственост в България и Източна Европа? Какво предизвикателство е било за времето си това? И какво е сега?

- Ауга идея. аз бях на 15 години, когато баща ми изведнъж реши, че иска да направи частна болница. След 45 години здравеопазване, в което пациентите се лутаха, носейки касетки с череша и торби с картофи и не знаейки на кой лекар ще попаднат и какво ще се случи - да изградиш болница, която стои с имената и авторитетите на лекарите, беше лудост. На всичкото отгоре, тогава частните болници не работеха със здравната каса и пациентът вместо да носи усъски, бонбони и череша, трябваше да извади 3 лв., за да заплати за преглед. Ние, българите, трудно приемаме, че едно нещо, което е било безплатно, ще трябва от даден момент нататък да бъде заплащано и това съвсем естествено ни прави недоволни. Но всъщност истината е, че по времето

на социализма никога не сме говорили за качество и дали то има цена или не. Предизвикателство днес за болницата е да се самоиздържа в условията на рестриктивно законодателство и на фона на нелеката конкуренция на държавни болнични заведения, които са с огромни субсидии и дотации от държавния бюджет, като работи при равни условия с тях.

- Специализирали сте хирургия в Париж, член сте на Немското хирургично гружество. Къде е България по отношение на съвременното здравеопазване?

- Добри лекари. Деформирана ценностна система. Българските лекари са възпитани, че медицината е въпрос на призвание и че са избрани по някакъв начин. Западните лекари смятат, че това е тяхната професия и са тежки професионалисти. аз лично предпочитам да ме лекува перфекционист-професионалист, а не някой, който се мисли за богоизбран. Когато приемеш медицината за своя професия, ти разбираш, че трябва непрекъснато да се развиваш и награждаш и да бъдеш изключително прецизен, следвайки правилата и отговорностите на професията. Смятам, че нивото на българските лекари е близо до европейското, но е хубаво да бъдат по-стриктни и по-съпричастни във взаимоотношенията си с пациента.

- Предимство ли е да управлявате голяма болница извън София, където е най-високата концентрация

Tatyana Yavasheva

- Dr. Spiridonova, this year MHAT "Hygia" turns 30. What are some of the hospital's greatest achievements during this period?

- For any hospital, we can say the work is well done when the patients who are being treated there come out feeling better, healthier and happier. I believe that this is the greatest achievement for any medical institution.

- Hygia is the first privately owned hospital in Bulgaria and Eastern Europe. What kind of challenge was this back when it started and what challenge is it now?

- It was a crazy idea! I was 15 years old when my father suddenly decided he wanted to open a private hospital. All of this after 45 years of public healthcare, in which patients wandered about, carrying boxes of cherries and bags of potatoes as gifts, not knowing which doctor they would come across and what would happen to them. That's why building a hospital that would rely on the names and reputation of its doctors was crazy. On top of that, at the time private hospitals did not work with the public health insurance so instead of bringing whiskey, candy and

cherries, the patient had to actually bring 3 levs to pay for an examination. We, Bulgarians, found it difficult to accept that something that used to be free would cost money for from a certain point onwards. The challenge for the hospital today is to support itself in the conditions of restrictive legislation and tough competition coming from state hospitals (which rely on huge subsidies from the state budget), and to work on an equal footing with these institutions.

- You specialized in surgery in Paris, and you are a member of the German Surgical Society. How does Bulgaria stack

up in terms of modern healthcare?

- We have good doctors. We also have a deformed value system. Bulgarian doctors are taught that medicine is a matter of vocation and that they are destined for it in some way. Western doctors believe that this is their profession, and that they are true professionals. Personally, I prefer to be treated by a perfectionist and a professional, rather than someone who thinks he was chosen from above. When you accept medicine as your profession, you understand that you must constantly develop, upgrade, be extremely precise, and follow the rules and responsibilities of the profession. I think that the level of Bulgarian doctors is close to the European ones, but it would benefit them to be stricter and more empathetic in their relations with the patients.

- Is it an advantage to manage a large hospital located outside of Sofia?

- An advantage? It's really a pain in the neck. Hygia is a large facility located between Plovdiv and Sofia, two cities with plenty of large hospitals. True, there is a place under the sun for everyone, but you must be able to offer innovation, adequacy, better conditions for patients and, of course, the best doctors, while also attracting new professionals. All of this

I TRUST THE ABILITIES OF the people on my team and I know that they can meet a challenge in the best possible way

• INTERVIEW •

ция на здравни заведения у нас?

- Предимство?! Това е хамалогия. „Хигия“ е голяма структура, разположена между Пловдив и София, където има концентрация на големи болнични заведения. Разбира се, място под слънцето има за всеки, да, но трябва и да успееш да предложиш иновативност, адекватност на ситуацията, по-добри условия за пациентите и, разбира се, да запазиш най-добрите лекари и да привлечаш нови професионалисти. Всичко това предполага и лавиране, и прецизиране на разходи, и принципност в мениджмънта, и коректност във взаимоотношенията с конкуренцията.

- В какво е силата на МБАЛ „Хигия“?

- В харизмата на нейния създател, както и в много личните взаимоотношения, които са създадени в годините между хората, които работят там. Имаме служители от 25-30 години и те предават чувството на колективност и на екипност на новопостъпилите. Мисля, че почтеността на хората в нашата болница е



ИМАМ ДОВЕРИЕ В СПОСОБНОСТИТЕ НА

хората от екипа ми и зная, че няма начин да не вземат завоя и да не направят нещата перфектно

presupposes fine maneuvering, cost efficiency, principled management, and staying professional when dealing with the competitors.

- What are the strengths of МНАТ "Hygia"?

- The personal charisma of its founder, as well as the very personal relationships that have been created over the years between the people who work there. We have employees who have been with us for 25-30 years and they convey a sense of collectivity and teamwork to newcomers. The integrity of the people in our hospital is of the highest quality.

- "I have a surname that obliges". These were your words when you took over the management of the hospital in February 2019. As the head of this health institution, what have you kept and what have you introduced as a personal management style?

- It is a bit easier to start a new journey when there is nothing to lose and no reputation to diminish. Most great people have become great doing it this way. They didn't need to care nor comply with anything. However, it is quite difficult when you inherit an "established giant's" work. Then there are two roads. The first one will make you look like a dwarf in comparison if you lack the talent. The second option is to step on the giant's shoulders and try to continue his mission. I know people will always say: "Well, she was born with a silver spoon in her mouth". When you are the heir to an exceptional person, you may never



Александър Нишков © Aleksander Nishkov

Dr. Tsvetelina Spiridonova is the executive director and owner of Multiprofile Hospital for Active Treatment (MHAT) "Hygia" AD and MHAT "Hygia-North". In 2000, she graduated in medicine from the Medical University of Sofia with honours. In 2002, she won first place in the national competition for enrollment in surgery and began her specialization at the University Hospital "Tsaritsa Yoanna - ISUL" in Sofia. In 2008, she received a master's degree in Public Health and Health Management from the Faculty of Public Health of the Medical University of Sofia and since that year she has been a practicing surgeon at the Surgery Clinic of the Tsaritsa Yoanna Hospital - ISUL. Since 2009 she has been a teaching assistant in surgery at the Medical University of Sofia, and since 2015 - chief assistant. In 2015 she obtained a past-graduate in surgery, having specialized for three years in Paris. 14 years of her work experience have passed at MHAT "Hygia" in Pazardzhik.

Dr. Spiridonova speaks three languages, has over 40 publications in specialized medical journals, and has lectured at a number of scientific forums in Bulgaria and abroad. She is an honorary member of the Bulgarian Surgical Society and a member of the German Surgical Society, as well as of the French Association of Aesthetic-Plastic and Reconstructive Surgery (SOFCEP).

• ИНТЕРВЮ •

най-голямото им качество.

- „Нося презиме и фамилия, които задължават“, казахте, когато поехте управлението на болницата през февруари 2019 г. В какво е приемствеността и какво е новото в индивидуалния ви „почерк“ на ръководител на това здравно заведение?

- Много е хубаво да вървиш по пътя, когато няма какво да губиш и чий авторитет да провалиш зад гърба си. Повечето велики хора са станали велики именно тръгвайки по този начин. Просто не ти пука, не се съобразяваш с нищо. Твърде трудно е да наследяваш нещо от „великан“. Първи вариант – да изглеждаш джудже заради неспособност. Вторият вариант е да стъпиш на раменете му и да се опиташ да продължиш. Най-но съм, че хората винаги ще казват „Е, да де, ама нали на нея ѝ дадоха“. Всъщност цял живот си наследник на изключителна личност и най-вероятно никога няма да бъдеш харесан. Що се касае до индивидуалния ми почерк на ръководител, това е повече вяра в способностите на хората от екипа ми. И затова изисквам много. Няма начин да не вземат завоя и да не направят нещата перфектно. Ако аз скачам високо, те трябва да могат да скачат по-високо от мен, защото болницата им заплаща възнаграждения именно за това.

- Кои са някои от основните постулати, които вашият баща проф. Стайко Спиридонов ви пре-

live up to the expectations. My individual style as a manager is about trusting in the abilities of the people on my team. And that is why I demand that they do their best. I know that they can meet a challenge in the best possible way. If I aim high, they should be able to aim even higher than me, because the hospital rewards them to do that.

- What are some of the main principles regarding the medical profession and health management that your father Professor Stayko Spiridonov passed on to you?

- A hospital is not the buildings it is housed in – it is, most of all, the people who work there. You have to be a very good and honest person to be able to manage medical doctors, because they do not let themselves to be manipulated. The other thing I learned from my dad is that you have to be very fair in financial matters, and never owe anyone anything. If you promise something, do it. What he used to tell me most often was that you have to be a person of integrity in this life. Frankly, I am still overwhelmed by his high expectations to always be able to deal with the difficulties on my own. His criticism taught me to overcome challenges without relying too much on others. Fortunately, at the moment there is a strong and experienced

гаде за лекарската професия и за здравния мениджмънт?

- Болницата не са стените, болниците са хората, които работят в тях. Трябва да бъдеш много добър и честен човек, за да можеш да управляваш лекари, защото те са много интелигентни и не могат да бъдат манипулирани. Другото, което научих от татко, е, че трябва да бъдеш много коректен в чисто финансовите отношения, никога на никого нищо да не дължиш. Ако обещаеш нещо, да го правиш. Това, което най-често ми казваше, е, че трябва да бъдеш мъжак в живота. В личен план, откровено казано, ми тежат неговите високи очаквания винаги да успявам да се справя сама с трудностите. Неговата кршничност ме научи да преодолявам предизвикателствата, без да разчитам твърде много на другите. За щастие, зад гърба ми в момента стои силен и опитен екип, който е достатъчно добре подбран и подготвен от него.

- Нееднократно сте носител на отличието „Лекар, на когото българите вярват“? На кои лекари българите се доверяват изцяло? Вие как работите за това хората да ви доверяват най-ценното, което имат – здравето?

- Изпитвам уважение към пациентите ми, това са хора, които са ми гласували доверие за живота си. Това доверие задължава, приемам го за комплимент и се старая да бъда напълно откровена с тях и професионална до

максимума на личните ми възможности. Тоест срещу мен не стои жертва, а стои партньор, с когото разговарям, така че заедно да вървим по пътя на неговото оздравяване. Предполагам, че пациентите го усещат и вероятно затова ме определят за тази награда.

- Къде е границата между истинската грижа за здравето на човека и бизнеса?

- Винаги се смя, когато някой спекулира с израза „здравето не е стока“. Разбира се, това е политическа демагогия. Вярно е, здравето няма цена, защото е безценно. За сметка на това, здравната услуга, това което болниците правят, е нещо, което има качество, изпълнимост и съответно това струва пари. Колкото повече е вложено в една здравна услуга, толкова по-качествена е тя, респектив-



СТЪПВАМ НА РАМЕНЕТЕ НА ВЕЛИКАН – баща ми проф. д-р Стайко Спиридонов, който преди 30 години създаде първата частна болница „Хигия“ – и продължавам напред

team behind me – a team that was well selected and prepared by him.

- You have repeatedly won the "Doctor whom Bulgarians trust" award. How do you make people trust you with the most valuable thing they have – their health?

- I respect my patients because they trust me with their lives. This trust obliges, I accept it and I try to be completely honest with them, but also professional to the best of my personal capabilities. The way I see it is: the patient is a partner with whom we walk together on the path of his recovery. I guess patients can feel



I STAND ON THE SHOULDERS OF A GIANT – my father, Prof. Dr. Stayko Spiridonov, who founded the first private hospital "Higia" 30 years ago – and I look ahead from there

that, and that is probably why I was nominated for this award.

- Where is the boundary between human health as business and human health as care?

- I always smile when someone tries to speculate with the phrase "health is not a commodity." This, of course, is political populism. True, one's health has no price tag because it is priceless in itself. But the health services that hospitals provide can be measured in quality, feasibility and costs. The more we invest in a health service, the better, but also the more expensive, it becomes. However, when we talk about achieving something that is, in its essence, priceless, what then is the importance of a price tag? Recovering one's health is important. In this sense, I believe that people who do not differentiate between health as such and health services are either demagogues or have poor understanding. Healthy people do not come to the hospital. They have more pleasant places to be.

- And here we come to the "painful" question – do you think hospitals should also be commercial enterprises?

- This question is answered to some extent by my previous response. What may be misleading people is the word "commercial."

но толкова по-скъпа е тази здравна услуга. Но когато говорим за постигане на нещо безценно, какво значение има цената? Важно е постигането на здравето. В този смисъл смятам, че хората, които не правят разлика между здраве и здравни услуги, са или недоразбрали, или демагози. Здрави хора не идват в болницата. Те са на по-приятни места.

- И тук стигаме до „болния“ въпрос – според вас трябва ли болниците да са търговски дружества?

- Всъщност този въпрос получава своя отговор с предходното, което казах. Това, което може би заблуждава хората, е думата „търговско“, която спокойно може да бъде заменена с „финансово контролирано дружество“. Не знам какво се очаква – да превърнат болниците в НПО-та, в които да няма контрол по отношение на дадените субсидии, на направените разходи. Да има едно безконтролно изливане на средства и липсващи гаранции за качество. Ако изразът „търговски дружества“ толкова гразни, можем да го заменим и хората да са спокойни, че не говорим за търговия, а за структуриран финансов надзор, в който не може да се злоупотребява, без да се разпознае.

- Каква е вашата визия за справедливото разпределение на средствата за здраве в национален мащаб?

- Не съм от хората, които смятат, че животът е несправедлив или нечестен. Законите са за всички. Важно е да

It can easily be replaced by a "financially controlled enterprise". I don't know what is expected – should we turn the hospitals into NGOs, in which there is no control over the subsidies and the expenses incurred? Should there be an uncontrolled pouring of funds and lack of quality guarantees? If the term 'commercial enterprises' is so irritating, we can replace it and calm the public that we are not talking about commerce here but about structured financial supervision, which is there to prevent and expose cases of mismanagement and fraud.

- What is your vision regarding the fair distribution of healthcare funding nationwide?

- I am not one of those people who think that life is inherently unfair or dishonest. The laws are meant for everyone. And it is important that they are written by people who have a broad vision. It is an exceptional success that the ordinary Bulgarian citizen with his public health insurance can access every medical institution in Bulgaria, whether it is state-owned or private. The choice stays with the patient. This guarantees his constitutional right to choose where to be treated and who his doctor will be. Therefore, "Money following the patient" is the right strategy,

се създават от хора с широка визия. Изключителен успех е, че обикновените български граждани със здравната си осигуровка има достъп до всяко лечебно заведение в България, независимо от неговата собственост – държавна или частна. Изборът е само негов. Така е гарантирано неговото конституционно право да избира къде да се лекува и кой да бъде неговият лекар. В този ред на мисли „парите следват пациента“ е правилна стратегия, защото това са неговите пари от НЗОК. Проблемите, на които сме свидетели, са вследствие на лош контрол, двойни стандарти в контрола и многолик лобизъм. И в държавните, и в частните болници има проблеми в това отношение. Що се касае до огромните субсидии от държавния бюджет към държавните болници, те са нещо нормално, защото държавата е принципал на тези болници. Абсолютно наложително е обаче да се осигури равен достъп до еврофондовете и европроектите и на общинските, и на частните болници, а не само за държавните, които получават пари и оттам, без ние да имаме това право. Например, равни сме в пандемията, но не сме равни в субсидията.

- Недофинансирането на здравните пътеки, апетитът за повече или нездравият морал кара някои здравни заведения да кривват от правия път и да правят нарушения, които изглеждат в рамките на нормалното?

- Разбира се, че недофинансиране-

то е изначалната причина. Малко известно е, че в цената на клиничните пътеки най-важното – трудът на лекарите, сестрите и останалия персонал, не е остойностен. Образно казано, влизате в една празна сграда, в която има операционна, инструменти, марли, самооперирате се, извеждате се сам от упойка и здравната каса остава на вратата на болницата сумата от 500 или 600 лв. А това се случва и на тъмно, и на студено, защото в пътеката не са предвидени и тези така наречени непреки разходи – ток, парно, вода и храна. Във времето количествените натрупвания водят до качествени промени, които са причина за нарушения. Сигурна съм, че няма колега, на когото да му е приятно да е поставен в тези условия и да е принуден да се движи на границата на закона.

- Министрите на здравеопазването са едни от най-често сменя-



МАЛКО ИЗВЕСТНО Е,
че в цената на клиничните
пътеки най-важното – трудът на
лекарите, сестрите и останалия
персонал – не е остойностен

ните министри през годините. На какво отдавате това?

- Проветрило място. Трудно се намира личност, която е и мениджър, и лекар. Ние, лекарската гилдия, трудно признаваме авторитети извън нашата специалност.

- Познавате здравеопазването и като лекар, и като управляващ болница. Ако зависи от вас, какво не бихте се поколебали да промените в управлението на българската здравна система?

- Никакво вземане на пари на ръка. Всички причини за това трябва да бъдат премахнати, а те са твърде комплексни. Пациентът трябва да води разговор с лекаря само за здравето си и здравната услуга, която ще му бъде извършена. На второ място – задължително изграждане и довеждане до европейско ниво на системата за спешна и бърза медицинска помощ, която да достига до всяко населено място на Република България.

- Как пандемията промени разбиранията и вижданията ви за здравето и здравеопазването?

- Бяхме поставени във форсмажорни условия, в които стана ясно, че да си добър лекар не е достатъчно, трябва да си визионер и да надскочаш вирусната вълна, а не тя да те погълне, както се случи в не малко страни. Освен това, пандемията показва, че не можеш да излекуваш или да предпазиш един човек насила. Здраве насила не се дава. При наличие на толкова ваксини и свободен достъп до тях, все още

as it is the patient's money that the NHIF reimburses. The problems we are witnessing are the result of poor control, double standards and multifaceted lobbying. In this regard, there are such problems in both the public and private hospitals. As for the huge subsidies from the country's budget to state hospitals, they are something normal as long as the state acts as the principal of these hospitals. However, it is absolutely imperative to ensure equal access to EU funds and EU projects for both municipal and private hospitals – the former receive money from these sources, whereas we lack that right. We are equal in facing the pandemic, but we are not equal when it comes to subsidies.

- Underfunding of clinical pathways, greediness or unhealthy morals. What makes some of the health facilities deviate from the proper way and commit violations, which are seemingly normalized?

- Naturally, underfunding is the root cause. A little-known fact about clinical pathways prices is that the most important element – the labour of doctors, nurses and other staff – is not included. Figuratively speaking, a patient enters a building with a surgery room, equipped with tools and gauze, performs an operation on himself, and gets himself out of anesthesia. The health insurance fund then transfers a certain amount of money to the hospital. And

his 'self-surgery' happens in the dark and in the cold, too, because the pathway does not provide for the so-called indirect costs, such as electricity, heating, water and food. Over time, quantitative accumulations lead to qualitative changes, which are the cause of violations. I am sure that there is no colleague of mine who feels comfortable in such conditions, being forced to work on the edge of legality.

- Health ministers are one of the most frequently replaced ministers over the years. What do you attribute this to?

- It is definitely a shaky office, plus it is not easy to find a person who can be both a good manager and a doctor.

- Yet, you do know the healthcare system both as a doctor and as a hospital manager. If it depended on you, what would you not hesitate to change in the management of the Bulgarian healthcare?

- Firstly, there should be no cash payments from patient to doctor. All the reasons behind this phenomenon must be eliminated, but they are too complex. The patient should talk to the doctor only about his health and the health service that he will receive. Secondly – mandatory upgrading and bringing our emergency and fast medical care system up to European standards, and they should reach every settlement in Bulgaria.

- How has the pandemic changed your perceptions and views on health and healthcare?

- We were placed in a force majeure situation, during which it became clear that being a good doctor is not enough – you also had to be a visionary and look above and beyond the coronavirus wave, so that it would not submerge you, as it happened in many countries. In addition, the pandemic has shown that we cannot cure or protect a person against his will. Health is not administered by force. With so many freely available vaccines, there are still conspiracy theories and people who refuse to get vaccinated. This is very disappointing. One might think that we, humans, deserve this pandemic. As if it were a form of natural selection.

- What attracted you to surgery? How does this profession build your character?

- 21 years ago, being a female surgeon was still exotic in Bulgaria. The truth is that I grew up among surgeons, I spent dozens of night shifts with my parents in hospitals and emergency departments. I liked surgery because of the dynamism and the ability to see the result of your actions after a short time. What surprised me when I first held the scalpel was the realization of the responsibility that I carry with each gesture. Few people know that any movement of the

• INTERVIEW •

има конспиративни теории и отказващи се да се ваксинират. Това е много разочаровашо. Човек би си помислил, че ние, хората, си заслужаваме тази пандемия. Сякаш е форма на естествен подбор.

- **С какво ви привлече хирургията? Как тази професия калява характера ви?**

- Преди 21 години да бъдеш жена хирург все още беше екзотика за България. Истината е, че съм израснала сред хирурзи, прекарала съм десетки нощни дежурства с родителите ми в болниците и спешните отделения. Хирургията ми хареса заради динамичността и възможността да видиш резултата от действията си в кратък срок. Това, което ме изненада, когато хванах за първи път скалпела сама, е осъзнаването на отговорността, която трябва да носиш с всеки жест. За зло или за добро, малко хора знаят, че всяко мръване на ръката на хирурга има естествени последици и то може да коства живот. Дори след 3-часова операция, за една секунда можеш да изгубиш добре свършената работа дори с едно неправилно движение.

- **Споделете нещо от мечтата ви за развитието на МБАЛ „Хигия“, върху което вече работите?**

- Простичка мечта - паци-

ентите от Пловдив и София да дойдат в Пазарджик, защото харесват болницата и им предлагаме добра медицина. В съвременния свят 90 км не е разстояние.

- **Кога лекарят, хирургът, мениджърът г-р Цветелина Спиридонова успява да „открадне“ малко лично време за себе си?**

- Вечер след 23.00 часа, когато присяга сина ми, вземам чаша розе на терасата на апартамента ми и разговарям с мъжа до мен. Другите 30 минути са сутрин с кафето и новините. Останалата част на деня е блокирана, включително и с Боил, който е само на 3 г.

- **Как си почивате и се реждате с позитивни емоции, имате ли хоби?**

- Като всяка жена обичам да пазарувам, което се случва само по интернет, обикновено през нощта. Обичам да чета книги, но все по-малко ми достига време за този лукс. Обичам да пътувам с кемпер на диво, когато имам 2-3 свободни дни.

- **Философията на лекаря и човека г-р Спиридонова в едно изречение...**

- Не е важно кой какво ти дава, важно е какво не могат да ти вземат - сърцето, знанията и уменията. Инвестирай в душата си. ☺

surgeon's hand has its consequences and can cost lives. Even after a 3-hour long operation, one wrong move can cost you a job well done.

- **Share with us your dream for the future of МБАЛ "Hygia". Is there something new that you are already working on?**

- I have a simple dream - patients from Plovdiv and Sofia, and from all over the country, to come to Pazardzhik, because we offer them good medicine. Nowadays, 90 kilometres is not a long distance.

- **When does the doctor, the surgeon, the manager Dr. Tsvetelina Spiridonova get to "steal" some personal time for herself?**

- In the evenings after 11 pm, when my son is asleep, I have a glass of rosé on my apartment's balcony and talk with my life partner. The other 30 minutes of freedom are in the morning with coffee and news. The rest of the day is booked up, including time with Boyil, who is only 3 years old.

- **How do you relax and recharge yourself with positive emotions? Do you have a hobby?**

- Like any woman, I like to shop,

which only happens online, usually at night. I love reading books, but I have less and less time for such a luxury. I like to travel with a campervan into the wild when I get 2 or 3 days off.

- **What is Dr. Spiridonova's philosophy as a doctor and a human?**

- It is not important what they give you, it's important what they cannot take away from you - your "heart", your knowledge and your skills. Invest in your soul! ☺

IT IS LITTLE KNOWN FACT THAT the most important thing in the clinical pathways price - the labour of doctors, nurses and other staff - is not included.



1 ЕВРО ускорение

ДОКАТО ГЛЕДАМЕ ПОЛИТИЧЕСКОТО „ШОУ“, НЕУСЕТНО ПРИБЛИЖАВАМЕ КЪМ 1 ЯНУАРИ 2024, КОГАТО ИМА ВЕРОЯТНОСТ ДА ОСЪМНЕМ В ЕВРОЗОНАТА



✍ Георги Георгиев

С валутния борд свикнахме и на него гледаме като на усмирителна риза за игри с лева. Ръцете на политиците са вързани. И с престоя в чакалнята на еврозоната свикнахме, даже не усещаме, че сме част от валутния механизъм ERM II, предхождащ приемането на единната валута. Но това лято служебният кабинет напомни, че една голяма промяна предстои, като публикува за обществено обсъждане проект на Национален план за въвеждане на еврото в България. В него като целева дата е посочена 1 януари 2024 г., но дали този срок ще бъде спазен, зависи от много фактори. И нищо чудно на 1 януари 2024 да осъмнем с евро, което необратимо е изместило лева.

„Няма формално изискване България да въведе еврото, когато доходите ни доближат средноевропейските. И съм съгласен, че е важно да дискутираме и да се анализира кога е най-правилният момент за присъединяване към общата валута“, казва Атанас Пеканов, вицепремиер по управление на европейските средства в служебния кабинет. Но фокусът на обществения интерес е в друга посока през тази година, тъй като изборите и избраниците ангажират вниманието с политическото „шоу“, което оставя на заден план множество важни за обществото и за икономиката въпроси.

Валутният борд върза ръцете, но не и устата. Да говорим за еврото!

Предлагаме гледната точка на двама експерти.



Мартин Заимов е подуправител на БНБ и ръководител на управление „Емисионно“ в периода 1997-2003 г. Съосновател е на пространството за диалог „Генератор“ и на компанията Wind Of Change.

Мартин Заимов: Няма риск, ако продължим да се движим в коловоза на валутния борд

- Господин Заимов, 2024 г. подходящото време ли е България да се присъедини към еврозоната?

- Моето мнение е, че моментът не е подходящ за това.

- В такъв случай кой би бил точният момент?

- Не мога да предвия, но паричната политика, която сега поддържа, е много подходяща за България. И не виждам причини да избързваме с въвеждането на еврото. От гледна точка на сроковете има два сложета, като и двата са политико-административни. Първият е българската администрация да еволюира и да повиши своята отговорност към обществото. Вторият е свързан със значителната неяснота за еволюцията на Европейския съюз, тъй като след кризата през 2008-2009 г. в сравните-

лен исторически план качеството на управление на финансите в ЕС е много ниско. Това качество трябва да се повиши, за да имаме полза от подобна стъпка.

- Шест години участвахте в управлението на валутния борд като подуправител на БНБ...

- Да, участвах - със стремежа обществото ни да се адаптира към променящия се свят. А влизането ни в еврозоната ще е отказ от отговорност. В последните 10 години политическото управление на ЕС е на много ниско ниво. През шестте години като подуправител на БНБ настоявах, че има нужда от повече на брой банки, които да не са големи. Политици и недобросъвестни банкери продължиха да работят за нарастване размера на банките. Една от не толкова ясните страни от влизането в ев-



розоната е единният банков надзор, който поддържа тази вредна за хората безотговорна „политика“ на „too big to fail“.

- Каква препоръчвате да е политиката на България по отношение на присъединяването ни към еврозоната?

- Има една много хубава дума – протакане.

- А ако бъде оказан външен натиск да ускорим темпото?

- Никои не може да ни накара да направим нещо, което не желаем.

- Какъв би бил рискът, ако се придържаме към индикативната дата за влизане в еврозоната – 1 януари 2024?

- Рискът е за обществото, не за властите. Лошото управление има различни характеристики – то може да предизвика криза, може да предизвика загуба на доверие и на стойност. Не мога да предвия бъдещето, но за мен такава стъпка ще е поемане на ненужен риск. Трябва да изчакаме да видим дали европейските институции се подобряват или не.

- Каква е оценката ви за валутния борд в България?

- Мнението ми не е сантиментално. Той функционира по полезен за обществото начин и ограничава злоупотреба от страна на правителствата. Европейската система няма такъв механизъм. Има и други европейски валути, които по подобие на нашия лев са в полуфиксирана форма спрямо еврото. Може спокойно да се функционира, без да си член на еврозоната - има същите качества,

НЕРАЗУМНО ПОЕТИЯТ РИСК

за ненавременно присъединяване към еврозоната може да окаже лошо влияние върху българската икономика

без да носи потенциалните недостатъци. Все пак бъдещето може да се окаже много добро за еврото. Просто сегашната европейска администрация не е на ниво и едно наше твърдо становище може да помогне тя да се поправи. И колкото повече хора осъзнаят това, толкова по-бързо може да се подобри управлението на европейските финанси.

- Има ли България към момента достатъчна готовност за присъединяване към еврозоната?

- В Европа има страни като Черна гора, които едностранно са приели еврото. Готовността да ползваш еврото като национална валута не е голямо изискване, изискване е да не го ползваш. В това е тестване за нивото, на което е страната. Влезли сме в колозов, който е много убог за немисле-

щи и немного усърдни хора.

- Движейки се в този колозов, как се чувства нашата икономика?

- В момента не виждам това да е от голямо значение за нея. Въпросът е правилно да оценяваме риска от едно или друго действие. В съвременния свят във всяка ситуация има части от икономиката, за които нещо е изгодно, а други – за които никак не е. Има и хора, за които една ситуация е изгодна, но не и за други. Качество, сигурност, хармония, добронамереност, доверие – това са понятия, които трудно се измерват с цифри.

- Какъв е рискът?

- Не е голям рискът да продължаваме да се движим в същия колозов. Но ако последва негативно развитие заради неразумно поети рискове, тогава може да има много лошо влияние върху икономиката. Това обаче е в сферата на хипотезите. Влизането в еврозоната сега ще е поемане на необоснован риск и необосновано бездействие. От административна гледна точка нивото трябва да се повиши, а от политическа – да си стъпим по-добре на краката. Има рискове, които са разумни. Присъединяването към еврозоната в близко време е неразумен риск. При поемането на риск най-важното е да знаеш какво правиш и да носиш отговорност за него. По отношение на еврозоната съм сигурен, че почти никои не знае какво прави, включително и ЕЦБ. А от българска страна никои и не поема отговорност.

Доц. Тодор Ялъмов: Време е да заговорим и за дигиталното евро



Доц. г-р Тодор Ялъмов е преподавател в катедра „Стопанско управление“ при Стопанския факултет на СУ, зам.-декан „Научноизследователска дейност, иновации и проекти“, изследовател в Центъра за изследване на демокрацията и във Фондация „Приложни изследвания и комуникации“.

- Доц. Ялъмов, темата „еврозна“ според вас вече е почти „религиозна“. Обяснете...

- Еврото символизира единния европейски пазар, по-висока конвергенция и в известен смисъл необратимост на членството ни в Европейския съюз. Най-малкото защото все още не е предвиден обратен път или механизъм за излизане от еврозоната. Вярвателите в бъдещето на националните държави се борят всячески да спрат интеграционните процеси. И често двете общности си говорят повече на своите привърженици, отколкото един на друг.

- Имате ли усещането, че това е тема, по която общественият дебат е приключил, преди да е започнал? И просто в един момент ще ни бъде съобщен крайният резултат...

- Обществените дебати, за съжаление, стават заложници и следват интересите на партийните елити, а не са съержателни и включващи интересите „от долу нагоре“. Усещането ми е, че ключовият фактор за крайното решение ще е политическото представителство на „патриотичните“ и антиевропейските партии. Ако те вземат превес, няма да влезем скоро. Технократските елити, с малки изключения, са „за“. А широката общественост не чете регламенти и анализи. Образованието само през медиите не е достатъчно.

- Свикнахме с мисълта, че рано или късно ще приемем еврото. Но 1 януари 2024 г. подходящото време ли е България да се присъедини към еврозоната? Защо?

- Това е процес, който изисква разнообразни реформи, свързани с банковия надзор и надзора над небанковия финансов сектор, мерките срещу пране на пари, механизма за сътрудничество и проверка и т. н. Не става дума само за помяна на едни хартийки и монети с други. В момента върви европейски дебат, който отсъства при нас – за дигиталното евро. Ние трябва да участваме в него институционално и да сме готови за прилагането му. Дигиталното евро е възможност за



българския финтех сектор.

- С какъв ентузиазъм да вървим към еврозоната – по-бързо, по-бавно...

- Бързо, но системно. Влизайки в нея, трябва да сме готови да предлагаме европейски политики и институционализация – например в сферата на прането на пари. Българската икономика показва, че може да печели дори по време на кризи. Засиляването на интеграцията ни в европейския пазар трябва да бъде мислено така, че да носи позитивни странични ползи за българските фирми и заетост. Предстоят огромни промени в банковия сектор и би било прекрасно, ако можем да използваме влизането ни в еврозоната като инструмент за позициониране през участието ни в Европейската централна банка.

- Кой задава темпото всъщност?

- Технически ние бяхме готови за еврото отдавна. Но откакто ГЕРБ осъзнаха преди години, че стоенето ни извън Шенген прагматично ни носи полза (писък имигрантски натиск) и осъзнаха, че по-активна позиция „за“ еврозоната може да даде „тяга“ на антиевропейските патриотични формации, дадоха заден. Валутният ни борд практически ни гържи в еврото, като имаш свободата да имаш дефицит, ако ти потрябва, без да те санкционират. Също фактор за забавяне беше



нежеланието или невъзможността на няколко банки да се съобразят с по-строгия банков контрол на ЕЦБ. Миналата година се случиха няколко щастливи съвпадения – ПИБ имаше нужда от свежи пари, а албито за инвестиция от сръжбата в нея заради ЕRM II – брилянтно. Еврозоната очаквано не успя да стане плащило, подобно на Истанбулската конвенция.

- Каква е оценката ви за валутния борд в България? Можем ли още дълго да вървим в този коловоз?

- Да, валутният борд е може би най-добрата иновация в управлението на държавата от 30 години насам. Екипът измислил, наложил и управлявал борда досега, заслужава адмирации. Можем да продължим вероятно още дълго, но не смятам, че валутният борд трябва да бъде противопоставян на визането в еврозоната, още повече с реториката на проф. Ханке.

- Каква е цената на отказа от националната ни валута, която ще трябва да платим?

- Прагматично има едни технически разходи, които трябва да поемем, като еднократна вноска от 1-2% от БВП в Европейския механизъм за стабилност и административните разходи по обмяна на валутата. Но пък ще се освободят резервите, с които обезпечаваме курса лев-

евро. Вероятно за тези граждани и фирми, които имат големи наличности в брой в левове (в чекмеджета, сейфове и под дюшеците), ще има разнообразни притеснения. От години на банкнотите пише „евро“ на кирилица, така че дори и в това отношение сме готови. Разбира се, ще има хора, които ще спрат, че вече няма „лев“, но това са емоционални щети.

- Фокусирани в целта „еврозна“, какви рискове може да не забележим или просто да пренебрегнем?

- Преминането към еврото не става за една нощ. Месеци ще виждаме цени в лева и евро и ще виждаме кой как закръгля. Страховете винаги са били, че при това пресмятане и закръгляване ошетените ще бъдат потребителите. Държавата и общините може да дадат пример, като

закръглят в полза на потребителя.

- Каква препоръчвате да е политиката на България по отношение на присъединяването ни към еврозоната?

- Холистична, системна и изпреварваща. Твърба предстои формирането на важни политики – какво ще е дигиталното евро, как ще се регулира процесът на трансформация на банките, какво ще е бъдещето на парите изобщо. В свят с все по-често срещани отрицателни лихвени проценти, токенизация на активи и възможност за софтуерна проследимост на плащанията очевидно вървим към една по-различна от класическите ни представи икономика.

- Пандемията вкара света в трудни времена, инфлацията става все по-осезаема. Да си представим, че от 1 януари 2024 заменяме лева с евро...

- Пандемията е сериозно предизвикателство за всички. Но не просто като спирачка за развитието, но и като трансформираща сила. Пандемията шоково ускори с десетилетия процеса към „домашен офис“, повля и на пазара на недвижимо-сти. Цените на жилищата растат и заради отрицателните лихви по депозитите и близки до нулеви ипотечни кредити. Сериозен инфлационен натиск има и от цените на петрола. Рисковете за 2024 г. са маргинално свързани с еврото. 🕒



ВАЛУТНИЯТ БОРД
е може би най-добрата иновация
в управлението на държавата от
30 години насам

NEXT.E.GO

и българската революция
в електромобилността





• ИНВЕСТИЦИИ •



ПРОЕКТЪТ ЗА ИЗГРАЖДАНЕТО НА ЗАВОД ОТ НАЙ-НОВО ПОКОЛЕНИЕ СЕ РЕАЛИЗИРА НА ТЕРИТОРИЯТА НА ЗАВОД „БАЛКАН“ АД



Яна Колева

Икономически ефективно производство, Индустрия 4.0, дигитален двойник на роботизираната фабрика, 5G комуникация, последно поколение батерии, добавена виртуална реалност, дигитална дистрибуция и продажба, местова писта, немска технология, германско качество, произведено в България... Добре дошли във фабриката на бъдещето в Ловеч! През първото тримесечие на 2024 г. от нея трябва да излязат първите електромобили на Next.e.GO България.

Технологии

На територията на завод „Балкан“ в Ловеч скоро започва изграждането на супермодерния завод за електромобили. Това стана възможно, след като служебният министър на икономиката Кирил Петков и представители на германския производител на електроавтомобили Next.e.GO през юли финализираха процедурата за започване на инвестиционния проект в България.



Новото съоръжение ще бъде подобрен киберфизичен близък на интелигентната фабрика в Аахен, Германия, която е базирана на принципите на Индустрия 4.0. Това е първата по рода си напълно свързана цифрова микрофабрика в BEV индустрията, използваща усъвършенствана автоматизация, наред със способите на „интернет на производството“. Инвестицията е резултат от успешното сътрудничество и работата на Министерството на икономиката, Аутомотив Клъстер България, частни инвеститори и институции в България и Германия.

Ефективност

Очакваната инвестиция на компанията Next.e.GO България ще е в размер на над 280 млн. лв. Производственият капацитет ще е над 30 000 електрически автомобили годишно, като в региона ще бъдат създадени до 1000 нови работни места. Фабриката ще произвежда един от най-устойчивите градски електрически автомобили E.GO Life, в Life Cross и Life Sport модели. Всички

BEV автомобили e.GO ползват издръжливата алуминиева рамка Spaceframe с минимум 50 години живот и са изработени от устойчиви полимерни материали. Този подход позволява по-екологична и икономически устойчива система за производство в микрофабрики. По този начин e.GO ще сведе до минимум екологичния си отпечатък и ще повиши капиталовата си ефективност.

Синергия

Проектът ще бъде основа за създаването на индустриален клъстер, който ще даде възможност на местните производители на компоненти да наблягат в екосистемата на автомобилната промишленост, като се сертифицират и се присъединят към глобалната мрежа от доставчици. Като пример за това е компанията Bosch, която е глобален технологичен партньор на проекта, доставящ много повече от специално разработения за e.GO електромотор. В България Bosch вече оперира с голям развоен център в сферата на автомобилния софтуер.

В ЧИСЛА

Над 280 МЛН. лв. ще бъдат инвестирани в изцяло свързаната дигитална фабрика в Ловеч;

Капацитет от над 30 000
автомобила годишно;

Около 1000 нови работни места;

34 МЛН. евро ще предостави българското правителство в подкрепа на Next.e.GO България;

Началото на производството е планирано за първото тримесечие на 2024 Г.;

При достигане на пълнен капацитет на завода на всеки 10 МИН. ще бъде произвеждан по един автомобил.

• ИНВЕСТИЦИИ •

„Нашата иновативна технология, начинът, по който проектираме, и начинът, по който произвеждаме - това отличава e.GO и оказва влияние отвъд нашите фабрики, защото създава устойчиво бъдеще и носи допълнителна стойност не само на икономиката, но и на общността“, твърди Али Везваей, председател на борда на директорите

на e.GO Mobile.

Ново начало

В завод „Балкан“ в момента се произвеждат велосипеди и мотоциари, но разполага с подходящата територия и инфраструктура, която може да се модернизира и за автомобили. Предприятието е с над 90-годишна история, като в

Ловеч са създадени първите масови коли у нас в миналото, в него са произвеждани още самолети, леки автомобили и мотоциклети.

България има невероятен шанс да бъде в крак с последните тенденции в автомобилостроенето и точно на това място да изгради нов завод за електромобили от последно поколение.



Арх. Любомир Станиславов, изпълнителен директор на Аутомотив Клъстер България:

Ловеч ще има завод на световно ниво

- Арх. Станиславов, сега ли е точният момент за появата на завод за електромобили в България?

- Вече дори сме закъснели. Хващаме последния влак, тъй като процесите по навлизане на електромобилите в Европа и САЩ се ускоряват, за да догонят Китай. Преди това обаче нямаше такъв проект на хоризонта в България.

- Как се появи тази опция?

- Както се появява всеки друг голям проект. Автомобилният клъстер има заобиколен добър имидж в автомобилния свят и получихме запитване дали такъв проект би представлявал интерес.

- Кога се очаква да бъде направена

„първата копка“ на завода на Next.e.GO?

- По план е заложено за февруари-март 2022 г., но опитваме да организираме нещата така, че това да стане още през тази година.

- Кои са ползите от завода да е точно в Ловеч?

- Те са много. Там има голяма индустриална територия - над 1300 дка, която ще се превърне в индустриална зона за автомобилната индустрия. Това е съществуваща зона, чието предназначение в годините е било насочено към производството на автомобили, мотоциклети, велосипеди и самолети, което е голямо предимство от гледна точка на необходимите разре-

В ИСОКОКВАЛИФИЦИРАНИ СПЕЦИАЛИСТИ ВЕЧЕ ЗАЯВЯВАТ ИНТЕРЕС ЗА РАБОТА В ИНОВАТИВНАТА ФАБРИКА



Красимир Свряков и Next.e.GO

МИНИСТЪР КИРИЛ ПЕТКОВ
(ВЛЯВО) И ПРЕЗИДЕНТЪТ
РОСЕН ПЛЕВНЕЛИЕВ
(2012-2017), ЧЛЕН НА
УС НА АУТОМОТИВ
КЪЛСТЕР БЪЛГАРИЯ, С
ПРЕДСТАВИТЕЛИ НА
ГЕРМАНСКАТА КОМПАНИЯ



Кристиан Спирков

шителни. Инфраструктурата е добре развита – има електричество, газ, вода, пътища и дори оптична мрежа с много добро качество. Едно от главните оптични трасета на Балканите минава оттук. Завод „Балкан“ има традиции в сглобяването на превозни средства и разполага с достатъчно квалифициран персонал. Всички ще преминат през специално обучение, за да придобият необходимите умения. Ръководителите на отдели и екипи ще бъдат обучавани в Германия. А Ловеч е град с божата индустриална култура, тук имаше десетина големи машиностроителни предприятия. В завод „Балкан“ са работили около 8 хил. души, което вече е немислимо. Много от тези хора са заминали в чужбина, сега някои от тях ще имат възможност да си намерят добра работа с достойно заплащане в родния си град.

- Активно ли ще привличате тези хора?

- Това ще стане по естествен път. След обявяване на инвестиционното намерение бяха получени автобиографиите на над 150 души, в това число инженери на много високи позиции в чужбина, които имат интерес да намерят място в този проект. Затова съм убеден, че няма да има никакъв проблем да се намерят нужните хора.

- Какъв ще е пазарът на произведениите електромобили?

- Те ще се продават в Европа, но и в цял свят. Няма притеснение за търсенето на тези коли. Новите регулации ще доведат до огромен недостиг на електрически превозни средства. За този производител ще е гордост неговата продукция да намира място и на българския пазар, но той ще ра-

боти основно за износ.

- Какви технологии ще се прилагат?

- Заводът ще работи по последната най-нова технология, която съществува в света. Тук ще се правят електромобили по много ефективен начин. Това е голямата новина, не самият електромобил. Технологията вече функционира в новата фабрика в Аахен, ако тя е версия 1.0, в Ловеч тя ще е разширена и ще е версия 3.0. Без преувеличение, това ще е един от най-модерните заводи в света. Производството стартира с три модела. Те ще са приятни за управление и всеки, който се качи, ще се убеди в това.

- Служебният кабинет обяви правителствена подкрепа за проекта в размер на 34 млн. евро. Допускате ли следващо редовно правителство да преосмисли това финансиране?

- Не би трябвало да има изненади, тъй като този проект ще е гордост за всяко следващо правителство. Регионът на Плевен и Ловеч заслужават да имат такъв завод. При сертифицираните проекти винаги досега е имало приемственост.

- Какви са най-големите плюсове на този проект?

- С него успяваме да уцелим три големи тенденции в автомобилната индус-

трия: производството на електромобили, производството на автомобили с автономни функции, въвеждане на изключително ефективен начин за производство. Всичко това е подплатено с разработки и патенти, направени от Университета в Аахен. Проектът е начало, което ще доведе до нови проекти в близко време. Затова и успехът на този проект е важен за Автомобилния

кълстер и за автомобилостроенето в България. И към момента у нас се произвеждат множество компоненти за електромобилите.

Но ние не ги делим на електрически и конвенционални. Това е една и съща индустрия, която се пренастройва към новите технологии.

- Какво ще кажете на скептиците, които се съмняват, че всичко това ще се реализира?

- С напредването на проекта и с появата на първите електромобили тези хора ще се убедят, че не са били прави. И когато създавахме автомобилния кълстер, скептиците преобладаваха. Смятаха, че намеренията ни са само мечти и илюзии. Но днес в България има редица производства, свързани с автомобилната индустрия, в които вече работят над 70 000 души, а индустрията вече генерира годишен оборот от над 6,5 млрд. евро годишно. ☺



Туризмът спря,
за да тръгне

ОТНОВО





• СЕКТОР •

ИНДУСТРИАЛИЗИРАНИТЕ
ФОРМИ НА
ОТДИХ ОСТАВАТ В
МИНАЛОТО, СЕГА Е ВРЕМЕТО НА
ИНДИВИДУАЛНИТЕ ПЪТУВАНИЯ
И БУТИКОВИТЕ ВАКАЦИИ

✍ Тони Григорова

Туризмът е мъртъв, да живее туризмът! – ето така може да перифразираме популярната крилата фраза за краля. И няма да сме никак далеч от истината, защото пандемията предизвика трансформация в този сектор, в представите за него, в организирането на ваканциите и в избора на местата за отдих. Ще представим новата ситуация от две гледни точки – на Ваня Овчарова, управител на „Елфи турс“ и учредител на Обединение „Бъдеще за туризма“, както и на Румен Драганов, председател на Института по анализи и оценки в туризма.

Лято 2021

Ние имаме работа, но туризмът – не. Всичко, което се случва, води до извода, че туризмът е обречен да умре. В тази пандемия хората не знаят може ли да пътуват зад граница. Дори когато цялото пътуване е организирано, някой казва, че пътниците няма да излетят. Търсят се други варианти те да стигнат до съответната дестинация, което значително оскъпява. Вече никой нищо не може да планира. Със сертификатите и тестовете за COVID настъпна голям хаос. Затова българите започнаха да се въздържат да пътуват в чужбина, което доведе до бум на цените в България – такава е картината според Ваня Овчарова.



Погледът ѝ стига и в другата крайност: Този, който иска да развива туристическа дейност, сега е златно време. Има кой да летува в България, остава да намерите как да го привлечете.

Удвояване и утрояване в сравнение с миналата година на броя на туристите, които влизат в страната. Засиляване на вътрешния туризъм. Свърхнатовареност на плажовете и недостиг на чадъри и шезлонги, но и на места за паркиране, изчакване на ред в заведенията за хранене... Така изглежда активният летен сезон след 15 юли, „заснет“ от Румен Драганов. И още: Около 20% са затворените места за настаняване. Сред тях са основно хотели, които преди пандемията са били част от индустриализирания туризъм, който работи на ол инклузив и чрез големи туроператори организира чартърни полети от чужбина... Туризмът търпи сериозна промяна. Главоломно расте броят на хората, които през съвременните електронни канали организират цялото свое пътуване. Представителите на новата вълна използват различни приложения, за да намерят обектите, които ги интересуват, да ку-



пять електронни билети и да си осигурят пълноценно преживяване.

Що е то туризъм

Не само да лежиш на някой плаж, трябва и нещо да видиш, да има някакъв сценарий за ваканцията, някой да те консултира за всичко това. Туризмът не започва и не свършва с хотела и евентуално с чартърния полет, който доставя летовници от чужбина. Туроператорът упражнява професия, която почти никой вече не знае, че я има. Не е въпросът само да отидеш и да видиш, а някой да ти разкаже и историята, което го умее добрият туроператор. Той ще се грижи за твоето пълноценно преживяване, е гледната точка на Ваня Овчарова.

Туроператорите, които са работили с пристигащи в страната чужденци, страдат от това, че индустриализираният туризъм е в застои. Онези, които се занимават с изходящ туризъм, също имат проблеми, тъй като в много кратки срокове се дава информация за затворени дестинации, което води към пренасочване и преместване на групите. В най-добра позиция са туроператори, които са ангажирани с

изходящ туризъм към дестинации, които не са засегнати от коронавируса - но това е трудно да се предвиди, тъй като ситуацията е динамична. Туроператорите, които се пренасочиха към вътрешен туризъм, отбелязват ръст в дейността си. Пандемията рязко разграничи устойчивия от неустойчивия туризъм. Най-устойчив се оказва дисперсният туризъм, свързан със „случайните“ пътувания и самоорганизираните ваканции. По този модел значително нарасна броят на туристите в цялата страна. Къщите за гости, малките семейни или корпоративни хотели се радват на максимална заетост в летния сезон, засили се уикендовият приток на туристи. Пътуванията станаха по-кратки, но по-чести. Печелят онези, които предлагат качествен туристически продукт и могат да постигнат повторемост на туристите, които обслужват, коментира Румен Драганов.

Ами сега?!

Туризмът не е свободното движение на хора. Всеки може по интернет да си резервира билет за пътуване и хотел и това да го брои за туризъм. Туризмът има, когато има туроператор, който прави пакетно пътуване, има грижа туристът да прекара пълноценно своята ваканция и така му спестява време, а това е повече от парите, които той е платил. Туроператорът не е посредникът, който ще осигури хотел, ако някой има затруднението да си го намери, уточнява още Ваня Овчарова.

Индустриализираният туризъм е в стагнация в цял свят. Масовият туризъм, който в голямата си част не се вълнува от заобикалящата среда, не се радва на интерес от туристите. В Испания и Франция гори го обявиха за вреден. Този вид масови



ТУРОПЕРАТОРЪТ ЩЕ ПРЕДЛОЖИ ТОП 10

от нещата, които не бива да пропуснеш, като за теб ще остане да откриеш своето 11-о място, което да посетиш

Ваня Овчарова

• СЕКТОР •

пътувания вече са нежелани, тъй като водят само до голяма пренаселеност. Хотелите, които до пандемията залагаха на такъв модел, ще претърпят трансформация и ще трябва да се насочат към вътрешния пазар и към работа с вътрешни туроператори. Ще трябва да увеличат своята сезонност и да преминат към уикендови пътувания, като предложат комбиниран

продукт, отговарящ на нагласите на онези, които ще ги посещават – в това число храна, услуги, културна програма, препоръчва Румен Драганов.

Цената на продукта и на труда

Сега турист е този, който наистина

иска да пътува. И има набелязана цел нещо да види и да преживее. Занапред ще пътуват по-малко хора, защото вече всичко е по-скъпо. Колкото по-евтино е нещо, толкова по-малко то се ценят, отбелязва Ваня Овчарова.

Поскъпване определено има – до голяма степен продукувано от нараналите цени на тока. Вторият ценови двигател нагоре е заплащането на персонала. Качеството на предлагания продукт трябва да се увеличи и чрез повишената му цена да се компенсират поскъпващият труд на заетите в туризма. При сегашното заплащане персонал трудно ще се намира. Има достатъчно българи, готови да работят в туризма, но по отношение на тях има negliжирани и съответно ниско заплащане, което тласка тези хора към работа в чужбина. В такъв случай местният бизнес се принуждава да привлича работна сила от трети страни, а това са хора, които не знаят български език. Те в голямата си част не могат да отговорят на високото качество, а единственото, което са в състояние да направят, е да работят при по-ниски цени, твърди



© Pixabay





анализаторът Румен Драганов.

Напред към зимата

В ситуацията на пандемия за туристите е най-важно къде е свободно, къде е отворено, къде няма вечерен час, къде работят магазините. Има ли свобода, има туризъм - и това ще даде перспектива за развитието му в България. Пандемията отваря големи шансове за страната ни, стига да няма принудително затваряне заради нея, казва

Обчарова. И изтъква позитивите: След като по-малко се лети, има по-малко вредни емисии. Колкото по-малко круизни кораби, толкова по-чисто море. Колкото по-малко движение на хора има, толкова по-спокойно е - това са плюсовете от ограниченията заради пандемията.

Има вероятност през есента и зимата да се избегне затварянето на заведенията. Очертава се силен уикендов туризъм, търсене на балнео, СПА и уелнес услуги. Къщите

за гости и малките семейни хотели имат голям шанс за висока посещаемост. Ще расте делът на културния туризъм. Зимният туризъм най-вероятно ще е в стагнация, докато премине пандемията, смята Румен Драганов.

Трансформацията на сектора прогълтава. Пренастройва се всеки, който иска да пътува, така и онзи, който е готов да работи в този бизнес, в който вече има много „тръжни-спри“. ☺



В НОВИТЕ УСЛОВИЯ ПРЕВЕС ИМА

дисперсният туризъм, който не е свързан с технологията на конвейера

Румен Драганов

И пак търсим **ХОРА**



ПАЗАРЪТ НА ТРУДА Е ТВЪРДЕ
ДИНАМИЧЕН, ТРУДНОСТИТЕ
УЧАТ ВСИЧКИ ДА СА ГЪВКАВИ





ХИБРИДНИЯТ НАЧИН НА РАБОТА

от офиса и от дистанция
става стандарт

*Георги К. Първанов,
СТеат*

Тони Григорова

Пазарът на труда е с изострен апетит – има недостиг на квалифицирани хора във всички области: от ИТ специалисти до учители, а за персонала в хотелите и ресторантите по-добре да не говорим. Хората стават нужни, тръгне ли икономиката нагоре, но спрели, много от работодателите бързат да се освободят от тях – такава е пазарната система. Да, сложно е с работната сила и с пандемията стана още по-сложно. Но не всички бизнеси са еднакво засегнати, даже някои са супер печеливши в лошите за обществото вре-

мена. Хората се научиха на гъвкавост и когато една възможност се затвори, веднага търсят друга, ако не в същото населено място, то в друго, ако не в България, то в чужбина. Именно това дава възможност нужните кадри да се намират по-лесно, но и по-трудно, колкото и парадоксално да звучи това. Въпрос на заплащане, на допълнителни придобивки, на възможности за обучение и развитие, на отношение. Работниците и служителите се научиха да избират своя работодател и вече не са само те избираните. Процесът има две страни. Със сигурност обаче професионалистите, които се занимават с чо-

вешките ресурси, имат много работа.

На бързи обороти

Ето как изглеждат процесите през погледа на Георги К. Първанов, управител на СТеат: Пазарът на труда се възстанови много бързо и достигна своя пик в края на август с най-ниското ниво на безработица от 5%. Отново имаме тотален недостиг на персонал в хотели и ресторанти, производство, ИТ, медицина. Заплатите бележат ръст. Очаквам леко увеличение на безработицата тази есен, вероятно и някаква форма на локдаун няма да ни се размине, но повече от 3-4 седмици бъл-





© Pixabay

гарският бизнес не би могъл да издържи. Актуални теми ще бъдат дигиталната трудова книжка, вносът на кадри и връщането на българите от чужбина, пълна дигитализация на HR функцията, недостиг на квалифицирани кадри, продължаващ ръст на заплатите, още по-гъвкав пазар на труда, 4-дневната работна седмица. Ще има голямо търсене на кадри в онлайн търговията, куриерския бранш, IT, аутсорсинга на бизнес процеси, селското стопанство, медията. Ще планираме краткосрочно.

Ангажираност

IT секторът е флагман - за постиже-

нията на един бизнес с високи стандарти на работа, но и за заплащането и отношението към хората. Наблюденията на Ивайло Христов, съосновател и управител на DEV.BG, очертават следната картина на промяната, която вече ни застигна: „Ковид кризата накара IT работодателите да станат по-гъвкави, дори и онези, които държеха да се работи само от офиса. Имаше такива, които казваха, че никога няма да въведат дистанционната работа и дори в пандемията се опитаха да са праволнейни в това си условие. Но пред риска от отлив на хора се принудиха да отстъпят“.

На гъвкавост се научиха работодателите в най-различни сфери. Дори и в такива, в които не са си и помисляли, че някога техен служител ще работи от дистанция и дори ще е по-ефективен, отколкото в офиса. Но и нагласите на работодателите вече не са това, което бяха. Пандемията даде възможност на най-недоверчивите да разберат, че ако служителите са ангажирани към бизнеса и към компанията, ще дават максимума от себе си. Доверие за доверие!

Повече от заплатата

Ивайло Христов откроява още една

тенденция - това, което в момента се наблюдава на целия пазар на труда по отношение на кадрите, е онова, което преди 15 години започна в IT сферата. Расте търсенето на определени специалисти и хора с конкретни умения, а същевременно предлагането е малко. За да привлекат нужните им професионалисти, работодателите се принуждават да предлагат нещо повече от само заплатата. В пакета на възнаграждението започват да слагат най-различни добавки. След известно време става норма към трудовото възнаграждение да има редица социални придобивки.

Готови за бъдещето

Работата от дистанция има определени предимства, но носи дефицит на социална комуникация. Хората се изнервиха от престоя между четири стени, а работодателите започнаха да усещат негативи от отслабената жива връзка със служителите. Така се стигна до бум на тимбилдингите това лято. Но и един друг тих процес тече в компаниите, които се борят за лидерство на пазара - те засилват обучителните си програми и полагат още по-специални грижи за развитието на своите хора. „Динамиката и необходимостта от бързо действие постоянно расте и това променя всичко. Сега с още по-голяма сила важи поговорката, че човек се учи, докато е жив. Скоростта на промяната е толкова висока, че никога не може да каже какво предизвикателство ще е на дневен ред само след дни. Компаниите лидери гържат под око промяната. Професионалисти като нас, които отговарят за обучението и развитието, намират начини да интегрират в работния процес обученията, които вече са с максимална прагматична насоченост“, обяснява Емил Минева, старши мениджър „Обучения и развитие“ във финтех компанията Paysafe Group.

Време или пари

Пандемията насочи фокуса и към това как използваме времето си. И изведнъж стана по-важно хората да имат повече време за себе си и семейството си, отколкото да имат повече пари. „Работодателите се промениха към гъвкавост на работното място, но засега не искат да проявяват и гъвкавост на работното време“, отбелязват от DEV.BG.

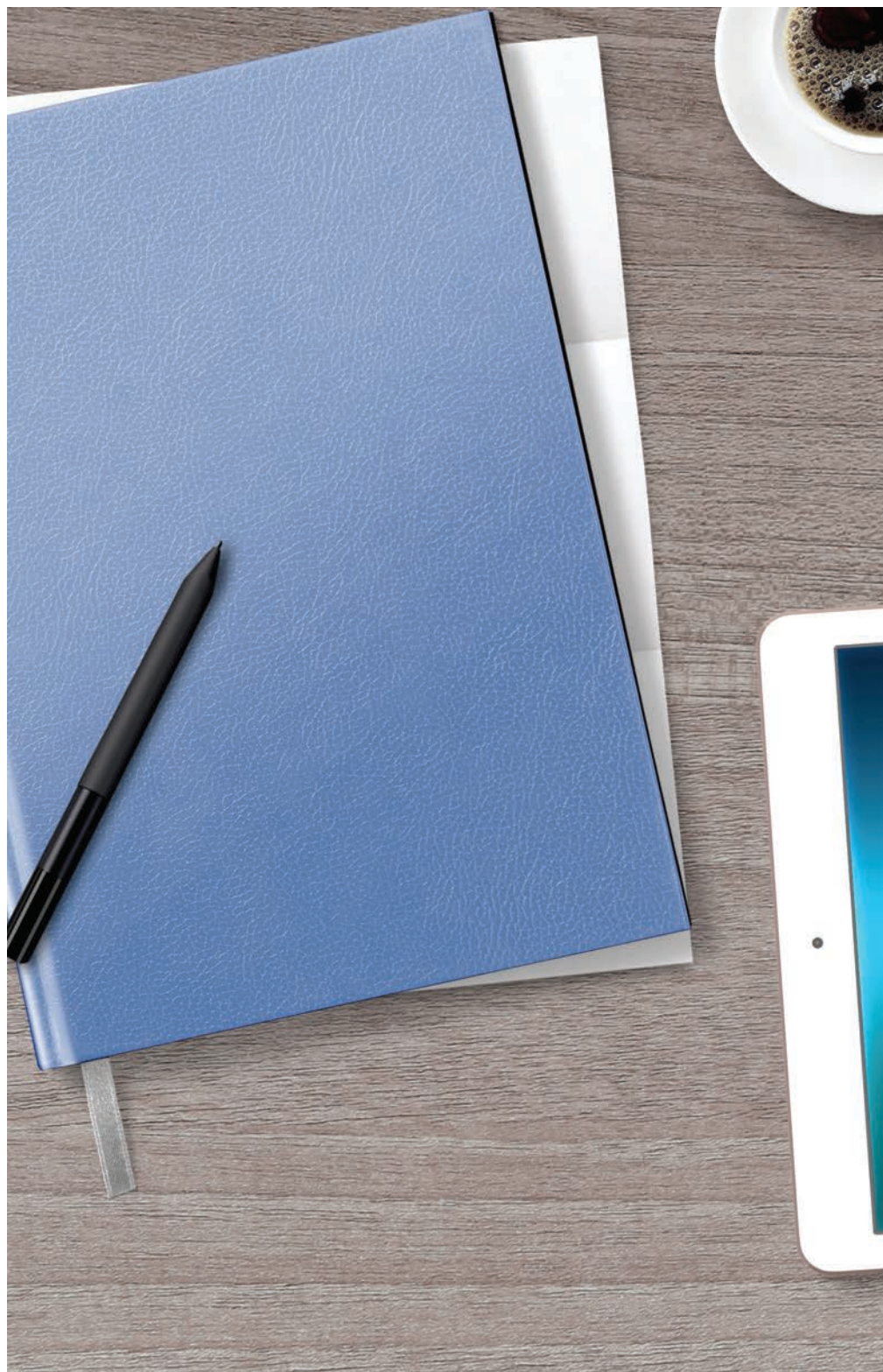
Малко са работодателите, готови да приемат служители на намалено работно време или намален брой работни дни в седмицата. Това е заради недостига на кадри, но не само. В IT сферата например, колкото по-голям е персоналът, толкова повече расте разходът за социални придобивки и той не се влияе от намаленото им работно време. Освен това по-трудно става

администрирането и управлението на повече хора. Но вълната се надига. На работодателите ще им отнеме време да приемат и това като даденост. Четиринедневната работна седмица вече чука на вратата.


Нови професии

Възможността за работа от вкъ-

щи донесе промени в професионалния спектър на кадрите, от които има нужда. Някои професии и основни технологии се търсят повече, а други губят сила или изчезват. С това „тръжни-спри“ все по-трудно ще се намират кандидати за хотели, ресторанти, туризъм. Хората се преквалифицират и се насочват към професии с по-голямо бъдеще, а и с по-високо заплащане.



Дигитализацията на всички бизнеси затваря възможностите за едни, но пък отваря широки хоризонти за други. „Забелязва се значително повишаване в търсенето на специалисти за киберсигурност и тестване сигурността на софтуерните продукти, след като дистанционната работа постави нови предизвикателства пред защитата на

IT системите“, отбелязва Ивайло Христов. Роди се нова професия - тази на продуктовия мениджър. Ускорената дигитализация и новите потребителски нужди дадоха тласък на нейното развитие. И професиите станаха „бързооборотна стока“, но пък хората вече си знаят, че най-постоянното нещо е промяната. 



ВСЕ ПОВЕЧЕ КОМПАНИИ

от най-различни сфери започват да прилагат мотивационните модели, които се наложиха в IT сферата

*Ивайло Христов,
DEV.BG*



**БЪРЗОРАЗВИВАЩИТЕ
СЕ ОРГАНИЗАЦИИ**
внимателно подготвят своите хора за бъдещето

Емил Минеv, Paysafe

monday
tuesday
wednesday
thursday
~~friday~~
~~saturday~~
~~sunday~~



Четиридневната работна седмица – не дали, а

КОГА

В ЖЕЛАНИЕТО
СИ ДА ИМАТ
ПОВЕЧЕ ЛИЧНО
ВРЕМЕ, ХОРАТА СТАВАТ
ПО-ПРОИЗВОДИТЕЛНИ,
ПОКАЗВА
ЕКСПЕРИМЕНТЪТ

✍ Тони Григорова

В този свят на бързи промени изкуственият интелект почти невидимо, но все по-осезаемо си проправя път във все повече сфери на дейност и става наш незаменим помощник. Наред с това не спират да се търсят хора – квалифицирани и все по-квалифицирани. Фантастика засега е да си помислим, че ще дойде ден, когато изкуственият интелект и машините изцяло ще заменят човека във всичко, което наричаме труд.

От шест към четири

Преди 50 години в България започва поетапното въвеждане на петдневната работна седмица, като за столицата и още няколко окръжни града събота е работен ден до 1974 г. От няколко години насам се заговори за 4-дневната работна седмица и вече има компании по света и у нас, в които намаленото работно време е факт. Но това по-скоро е експеримент, който все още няма масов характер.

На Запад и на Изток

Западът, разбира се, е най-отворен, съвременният човек иска да разполага с все повече време за самия себе си. Изтокът е познат с други трудови навици и с отдадеността на хората в работата. Южна Корея остава на едно от челните места в класациите по продължителност на трудовия ден. Китай

е известен с т. нар. график „996“ (от 9:00 до 21:00 часа, шест дни в седмицата), а в Япония отдавна търсят как да избегнат фаталния край от преумора. Но и в тази част на света започват да експериментират със съкратена работна седмица. Unilever, мултинационалният потребителски конгломерат, още в края на миналата година обяви началото на едногодишна проба на четиридневна работна седмица за базираните си в Нова Зеландия екипи, и то без намаляване на заплащането. Това стана, след като премиерът на страната заяви, че превключването към работа четири дни в седмицата ще е начин да се стимулира туризмът и възстановяването на икономиката. Филипините преминаха към четиридневна работна седмица по 10 часа на ден за всички съдебни служители в цялата страна. COVID-19 стана причина правителствените служби там да намалят работната седмица на четири дни като временна мярка. Предлага се и законопроект, който би ограничил седмичния трудов график на 35 часа за частния сектор.

Шанс по испански

В Испания се оплакват, че сред страните в ЕС имат най-дълъг престой на работното място. Там експериментално от тази есен се въвежда четиридневната работна седмица. Всички заинтересовани компании може да участват, като преминат към 32-часова работна седмица. Служителите запазват пълния размер

на заплатите си през първата година. „Лудост“, казват едни, а други виждат ползи за всички. Инициаторите на прокта са от малката лявоцентристка партия Măs Pais. Те смятат, че си струва да се опита дали това няма да е точният стимул хората да станат по-ефективни в работата си с „цената“ да получат повече време за себе си.

Български опит

В България също има такива примери и ето един от тях. Русенската консултантска фирма в областта на обществените поръчки „СИП 2000“ преди две години се впусна в подобен експеримент, който дава положителен резултат. „Няма забавяне в изпълнението на задачите, напротив - атмосферата се подобри и мотивацията у хората силно се повиши. Това дори разми границите на работното време и когато се налага нещо да бъде свършено, служителите винаги намират начин. Аз съм предприемач експериментатор - скачам от върха и не се боя, че парашутът няма да се отвори“, казва основателят на компанията и неин управляващ Петър Петев. Когато научава, че по света има организации, които дават по още един ден седмично на хората си, за да се грижат по-добре за себе си, той решава да пробва на свой терен. Опитът му е израз на неговото желание да намери най-добрия стимул за своите служители, така че тези засега 10 души да дават всичко от себе си. Заради пандемията започнали основно да работят от вкъщи, но и от това последвали позитиви, тъй като хората станали още по-производителни. „Привърженник съм на по-простите неща и вместо да измислям сложни бонусни системи, направих заплатите в офисите в Русе, Бургас и Стара Загора като на колегите им консултанти в София, а в допълнение им дадох и един свободен ден. Това се оказа силно мотивиращ фактор. Бизнеси, които позволяват преминаване към 4-дневна работна седмица, може да последват нашия пример“, обяснява Петев. Той развива и дейност в сферата на земеделието. Там прилага различен подход: в активното за агробизнеса време хората работят 5 дни в седмицата, а 3 месеца през зимата си почиват, като обаче получават своето редовно трудово възнаграждение, без да са на борсата. В тези две години Петър Петев стига до обобщението: Когато човек не се чувства закрепостен, когато на него не се гледа като на придатък на лаптопа, на машината, а наистина има усещането, че е важна част от компанията, това се отплаща чрез далеч по-високата ангажираност към работата. При нас няма място за недобростъпни служители, които имат пренебрежително отношение към преките си



ПЕТЪР ПЕТЕВ

задачи. Когато подбереш добре хората си и ги мотивираш, всичко е като по часовник.

Накъде

Постепенно все повече ще стават онези, които смятат, че цява времето на 4-дневната работна седмица. Идеята намира привърженици на различни места по света - като средство за повишаване на производителността, подобряване на психичното здраве на работниците и борба с климатичните промени. Тази възможност придобива ново значение, тъй като пандемията изостри проблемите около работния бърнат и баланса между професионалния и личния живот.

Експериментът ще покаже наистина ли е лудост четириднешната работна седмица. Опитайте и вие... ①

АКО ИМАТЕ ДОВЕРИЕ В ЕКИПА СИ,

спокойно може да преминете към намалена работна седмица, стига работните процеси да го позволяват. При този модел ще получите най-доброто от служителите си, ако правилно го приложите. Моята задача не е била да повлияя на останалите предприемачи, а да оптимизирам работата в своята компания. В областта на мотивацията 4-дневната работна седмица не е панацея, но може да се отрази положително.

ВСЯКА МЕЧТА СИ СТРУВА

ВЗЕМИ ПОТРЕБИТЕЛСКИ КРЕДИТ

С ОВЪРДРАФТ БЕЗ ЛИХВА

ЗА ЦЯЛА ГОДИНА*



Промоция до 31 октомври

Заяви на [www postbank.bg](http://www.postbank.bg)

30 ГОДИНИ
Postbank

*Предложението за овърдрафт при преференциални условия е валидно при кандидатстване за нов овърдрафт до 3000 лв. от Пощенска Банка в периода от 07.06.2021 г. до 31.10.2021 г. при подадено в същия период искане за нов потребителски кредит в лева от Пощенска Банка, при последвало одобрено искане и усвоен размер на отпуснатия потребителски кредит, постъпил превод на работна заплата по сметка в банката по Пакетна програма или Супер сметка и в случай че лицето отговаря на допълнителните изисквания на банката. Отпускането на кредит подлежи на одобрение от страна на Банката. Пълната информация за приложимите условия виж на www.postbank.bg, както и във всеки офис на Банката.

КАРИЕРНИ ФОРУМИ И ОНЛАЙН ПЛАТФОРМИ СЪЗДАВАТ ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ НА МЛАДИТЕ ХОРА

МИСИЯ



„ПЪРВА РАБОТА“



✍ **Мая Цанева**

През лятото Евростат представи стряскащи данни за младежката безработица в България. Според статистиката 21% от младите хора на възраст между 20 и 34 г. в България нито работят, нито учат. Проблемите на т.нар. ново „изгубено поколение“ не са нови за България или Европа. Дойче Веле цитира анализ на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) от октомври 2020 г., според който цяло поколение от млади хора е в риск от дългосрочна безработица заради отлагането или спирането на наемане на нови хора от компаниите. Експертите отчитат големи разлики в очакванията на търсещите и предлагащите работа, трудовите навици в различните поколения, и това усложнява мисията „първа работа“. Проблемът е и стар: как и къде да намериш работа, когато нямаш опит, от една страна, а за работодателите: как да привлекат и задържат трайно перспективни кандидати за първа работа, които имат много по-различни изисквания от тези на родителите им. Решенията на предизвикателството идват от самите млади, които търсят и предлагат нови форми на отношения с работодателите.

Търсене на таланти

Милен Хаджииванова, основател на HR консултантска компания Ейч Вижън, казва, че работодателите са проактивни към намирането на потенциални попълнения за екипите си сред току-що завършващите, на които им предстои да изграждат трудови навици. Предизвикателство са поколенческите различия. „Намалената устойчивост на вниманието, начинът, по който младите хора се заявяват, могат да смутят някои работодатели. Или да ги научат на нови форми на лидерство. За работодателите е важно да имат търпение и осъзнатост за различните начини за управление/лидерство и взаимоотношения с млади хора“, казва тя.

CAREER SHOW СРЕЩА
РАБОТОДАТЕЛИ С МЛАДИ КАДРИ



ЕКИПЪТ НА CAREER SHOW

Стаж или работа?

Колкото по-рано, толкова по-добре, но какво? „Стаж или първа работа“ често е дилема както пред младите, така и пред работодателите, които често са тези, които създават първи работни навици на служителите си. Макар специализираните училища и университетите да предлагат стажове на ученици и студенти, част от тях остават извън трудовия пазар до завършването си. „Мисля, че част от образователната система трябва да е свързана с това – младите хора да се „набират“ от работодателите възможно най-рано. Оттам нататък започва трупането на опит и фината настройка. Стажовете са чудесна възможност да се доизбистри картината“, казва Милена.

Мартина Георгиева от екипа на CareerHub - онлайн платформа за търсене и предлагане на първа работа, допълва, че няма разлика дали човек ще започне със стаж или работа - важно е какво иска и какви възможности има в момента, когато търси конкретна позиция. Теодора Добрева от Career Show допълва: „Стажантските програми набират изключителна популярност. В технологичния сектор се усеща остър „глад

за кадри“, което подтикна компании да иницират стажантски програми и собствени академии. Добрите условия на труд, които предлагат компанията, засиляха интереса към сектора и на опитни професионалисти, решили да сменят попрището. Концентрираното насочване към ИТ сектора създава недостиг на квалифицирани кадри в останалите сектори. Това е предпоставка за откриването на стажантски програми и възможности за хора с малък или без никакъв професионален опит и в други сектори“. Тя съветва младежите да потърсят карьерния център на университета си и да участват в събития, свързани с професионалните им търсения, за да не се лутат.

Събития

Карьерните форуми и изложения изместват трайно бюрата по труда или борсата в търсене на стаж или работа. Career Show 2021 на 29-30 септември в София събира на едно виртуално и физическо място над 200 работодатели и близо 10 000 кандидати за работа. За Теодора ефектът от карьерните форуми е безспорен. Няколко минути разговор лице в лице с работодателите са достатъчни кандидатстващият да се ори-

ентири във възможностите, които му се предлагат. От друга страна, личният контакт с работодателите винаги е добра идея, което често е недостатък на онлайн търсенето и предлагане на работа. Но онлайн платформите и инструменти за карьерно развитие са актуални и търсени.

Само за начинаещи

Първата в България онлайн платформа за търсене и предлагане на работа за кандидати без или с до 3 години опит - CareerHub, цели да разбие порочния кръг „Нямам опит - Нямам работа“. „Много често сме чували как работодател не може да наеме млад човек, защото няма никакъв опит. Искаме да разбием този парадокс“, казва Мартина Георгиева. Работодателите могат да избират кандидати според резултатите им на два теста за оценка на умения - личностен и карьерен. От своя страна младите имат достъп до „защитени“ позиции за хора с нулев и с малък опит. „Много чест проблем е назоваването на младите хора като неопитни и некомпетентни. Вярваме, че всеки може да допринесе за работната си среда, ако някой повярва в него и го обучи. Младите искат да влязат в реална работна

CAREERHUB
ОТКРИВА
ВЪЗМОЖНОСТИ
ЗА ХОРА С ДО 3 Г.
ТРУДОВ СТАЖ



© Кристиан Странев

среда, а не да бъдат третирано различно. Трябва да им се дава доверие, да им се помага и да се гледа на тях като на пълноценна част от компанията“, обяснява тя.

Изборът е взаимен

Пътят към стажа или първата работа минава през карьерни събития, през т.нар. алумни клубове и LinkedIn, но винаги стига до интервюто, което е тест както за работодателите, така и за търсещите работа.

Милена съветва работодателите да проявят повече емпатия и разнообразие в подходите, за да привлекат младите хора, така че да носят стойност за бизнеса. Мотивиращата работна среда е определяща за развитието на стартиращите служители. „Ако преди съществуваха предразсъдъци, че студентите и хората без опит нямат ясно изграден план за кариерното си развитие, съответно подхождат към ангажиментите си без необходимия хъс и амбиция, то последните години напълно развиха тези представи. От изключително значение е да се създаде атмосфера, която да не предизвиква страх от грешки и да поощрява желанието да се учиш и развиваш“, завършва Теодора. 📌

МИЛЕНА ХАДЖИИВАНОВА
ПРИЗОВАВА КЪМ ЕМПАТИЯ
В ПОДХОДА КЪМ МЛАДИТЕ



© Милена Хаджииванова

Инж. Иван Моллов: Винаги първи

ДА СИ НАЧЕЛО ОЗНАЧАВА ДА БЪДЕШ НАЙ-ОТПРЕД И ПРИ ПОЯВАТА НА ПРЕПЯТСТВИЯ

Инж. Иван Моллов е изпълнителен директор и член на УС на "Райкомерс Конструкън" ЕАД от 2008 г. Член на Изпълнителното бюро и на УС на Камарата на строителите в България. Има предишен дългогодишен мултинационален опит във втория по големина в света хранителен концерн в областта на търговията, производството и цялостната верига за доставки на бързооборотни хранителни стоки.

• - **Винаги първи!** - първи да намираме решения е това, което отстояваме от създаването на компанията. Това е нашето мото във всяко едно отношение - и към желанието на клиентите, и към инженерните и технологичните предизвикателства, дори и към забавленията. Наскоро посрещнахме 30-годишния юбилей с всички служители и техните семейства - невероятен празник, който отбелязахме по нетрадиционен начин.

• - **Да си начело означава** да задаваш посоката, да мотивираш и стимулираш откриването на най-подходящия път, да умееш да чуваш и да бъдеш най-отпред при появата на препятствия.

• - **Моята Лигерска академия** се гради върху ръководителите, които съм имал, житейските уроци и непрестанното търсене на възможности за самоусъвършенстване.

• - **Най-силният двигател в развитието на една компания** е енергията, амбицията, мотивацията и преодоляването на страха от грешки. Хората са моторът на една компания. Но ако те нямат амбиция за нещо повече, за нещо различно, или са в постоянен страх да не сбъркат, излизайки от зоната си на комфорт - това е двигател без гориво.

• - **„Златното“ правило, на което не изневерявам:** Информирай се дълбоко, преди да поемеш отговорност.

• - **Мярката за „Най-добър строител“** - може би „незабележимия“?! Звучи тривиално, но оценката на клиентите и възложителите е единственият измерител. Малко е парадоксално, но колкото по-рядко се срещат кой е строителят, а само се радват на произведения в резултат на строителството продукт - толкова по-добре и качествено си е свършил работата. Ако пък работата е свършена и бързо - то тогава оценката може да е само отлична, а строителят (за наше съжаление) да остане неизвестен за обществеността.

• - **Строителите на съвременна България** разполагат с нови технологии, с нови типове строителни материали, с бърз и лесен достъп до световните постижения, но иначе в голямата си част са все същите - професионалисти, изцяло отгледани на мисията на живота си „да градят“. За съжаление в последните години строителите и строителството се използват първосигнално като политически инструмент - едни се хвалят с реализираните проекти, а други - намират в същите тези проекти най-лесното сред-

ство за обвинения и нападки. Ние се гордеем с всички и всеки един обект, който сме завършили през тези 30 години и категорично се противопоставям на отъждествяването и омаскаряването на целия строителен бранш!

• - **Строителството откъм невидимата му страна** е тежък физически труд за над 200 000 души в България. Повечето хора не подозират за ежедневните административни препятствия, с които се сблъсква всеки технически ръководител - разрешения, одобрения, тонове хартиени документи, „орязани“ проекти поради липса на гостатъчно средства, липса на актуален подземен кадастър, неясни имотни граници или незавършили отчуждителни процедури. Може би неизвестно за обществеността остава и много ясно разпределение на отговорностите в строително-инвестиционния процес - трябва да знаем, че в голяма част от случаите пропуските и дефектите не са в резултат на действията (или бездействията) на строителите.

• - **Иновациите отвъд клишето...** Мисля, че са част от ежедневието на всеки, но не всички имаме очи да ги забележим. Все търсим нещо голямо, нещо, което едва ли не ще преобърне света, а всъщност всяко „голямо откритие“ е съвкупност от по-малки идеи и решения, работещи взаимосвързано.

• - **Когато говорим за ВиК,** повечето хора свързват това с тръбите в кухнята и банята. При ВиК инфраструктурното строителство обаче тръбите са с големи диаметри, изкопите и шахтите са на голяма дълбочина, водното налягане в някои случаи надхвърля 10 баг-а (което е 100 м воден стълб!), и като цяло е много скъпо строителство, което крие сериозни рискове и изисква сериозни теоретични познания, специализирана квалификация и опит. Наличието на ВиК инфраструктура е необходимост за всеки един от нас, но не е даденост - трябва разумно и ефективно да се използват ресурсите за израждането и поддръжката ѝ, трябва да се реализират завършени и добре обмислени проектни разработки, веднъж за следващите 10 - 20 години, а не да се правят неща „на парче“.

• - **Това, което най-малко знаем за жаждата** - може би, че не се утолява с количество?!

• - **Слабите и силните страни на обществените поръчки (ОП):** По отношение на ОП в строителството у нас като силни страни бих посочил ясната законова рамка, както и въвеждането



на типови документи в някои от секторите. Слабите са липсата на гъвкавост и практическата невъзможност да се въвеждат нови технологии, иновативни материали и методи на работа, дългият и нерегламентиран във времето процес на провеждане на ОП, както и това, че в крайна сметка всичко опира до офертна цена, а не до ефективност на разходите или пък до обща стойност на услугата или актива за целия му жизнен цикъл.

- **Ако имам право на една законодателна инициатива, бих предложил забрана на едноличната държавна собственост.**

- **Отговорността** е винаги лична и персонална и не може да се споделя, възлага или делегира. Друг важен аспект е, че трудно може да се търси отговорност, ако се вменяват само задължения, но не и права - трябва да има някаква осъзната свобода на действията.

- **Предвидимостта** е мечтана необходимост за всеки ръководител.

- **Планирането** е неизбежно! Успехите в резултат на „случайност“ са неустойчиви във времето. Ясните цели и добре планираните алтернативни маршрути за постигането им са ключът към дългосрочно успешно развитие.

- **Пресечната точка между бизнеса и образованието:** Лошо е, ако нямат или имат само една пресечна точка. Трябва да вървят ръка за ръка в една безкрайна възходяща спирала.

- **Професионалната ми мечта** е хората да работят предимно с главите си - и в прекия, и в преносния смисъл.

- **Житейската ми философия в едно изречение:** За да работиш успешно с хора, трябва да си преди всичко човек, а ако си добър човек - ще работиш с добри хора и заедно ще правите добри неща! ☺

Фирмен профил

„Райкомерс Конструкция“ ЕАД е с предмет на дейност проектиране и строителство на водопроводни и канализационни мрежи, на пречиствателни станции и депа за отпадъци. Разполага с иновативни и високоефективни технологии за изграждане и рехабилитация на продуктопроводи, както и с оборудване за безизкопно полагане.

• ОНЛАЙН •

ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ

помага при
покупката
на имот



АЛГОРИТМИ
СЪДЕЙСТВАТ
ВСЕКИ ДА
ПОЛУЧИ
ПО-ИЗГОДЕН
КРЕДИТ, А В
ПОДХОДЯЩ
МОМЕНТ И ДА ГО
РЕФИНАНСИРА

ГАЛЯ ЙОРДАНОВА И БОРИС ДИМИТРОВ

Тони Григорова

Отново сме в период на засилен интерес към недвижимите имоти. Дали дигиталната ера не настъпи и на този пазар? Да, технологични предприемачи видяха в това ниша и създадоха gaida.ai. Компанията е основана от Галя Йорданова, Николай Йорданов и Боян Бонев, другата ключова фигура е Георги Балканджиев (СТО), наред с Мери, Пепи, Тодор и Тони, важна част от екипа.

Проблемът и неговото решение

Галя и Николай забелязват, че недвижимите имоти са сектор, оставащ с иновациите. „За разлика от пътуванията, където може с няколко клика да си купиш билет и да уредиш своята ваканция, при недвижимите имоти много малко от процесите са дигитални - всичко се извършва изцяло от хора, което води до значително по-ограничена информация. При такава неефективност клиентите губят пари, а стресът е в изобилие“, обяснява Галя Йорданова. Но където има ниша, има и бизнес. Така се появява gaida.ai, технологичният стартъп, който помага в едно от най-големите финансови решения в живота на човек - намирането и покупката на собствен дом.

Без скрито-покрито

Този бизнес се появява в точния момент, затова се развива бързо. „Epoti.bg е нашият опит да осветлим пазара и да позволим на купувачи и продавачи да влязат в него по-уверени за своите решения. Искаме пазар „без скрито-покрито“, казва Галя Йорданова. Платформата цели да се превърне в най-голямата база данни за недвижими имоти в България и всичко около тях. Технологията позволява офертите за продажба и наем на имоти в цялата страна да бъдат обединени, данните да са коректно събрани и представени в лесен за възприемане формат - на сайт и мобилно приложение.

Точна локация

Всеки имот е поставен на географска карта, върху която може да си очертаете район на търсене - примерно зона между две улици или на конкретно място. Клиентът вижда само онова, което отговаря на неговото търсене. Това е особено ценно, защото пазарът досега не разкриваше тази информа-

ция за местоположението и се губеше много време в проучване и излишни огледи на имоти, които иначе не биха купили. Новост е историята на офертата, която дава възможност да видиш кога е качена определена обява и как е била коригирана цената ѝ във времето. Така имот, появил се веднъж в тази платформа, не излиза от нея - просто променя статуса си.

Плюс това

Създадени са алгоритми, които засичат дублирани обяви, които се предлагат от повече от една агенция. Има анализатор, който показва в какъв диапазон трябва да е цената на имота, който гледате, за да бъде тя адекватна на пазара. Като допълнителна стъпка платформата събира информация за района, в който се намира имотът - колко добре е свързан той с останалите части на града транспортно, има ли достатъчно училища, детски градини, болници, ресторанти, магазини, паркове и зелени пространства, места за спорт. Всичко това помага на купувачите да си представят по-лесно бъдещия си дом, особено ако е в част на града, където все още не са живели. Платформата е отворена и за коментари от крайни клиенти.

Още две удобства

През последната година екипът е отворил към платформата възможността за планиране и организиране на цялостен ремонт, както и опцията за проучване и договаряне на банково финансиране за покупката. „Да осигуриш на най-добра цена парите за тази инвестиция е изключително важно, затова тази възможност се предлага и в отделен продукт - musketari.bg“, посочват от gaida.ai. Платформата работи като хибрид, в който опитни кредитни експерти, подкре-

пени от софтуерни инженери, целят да предложат най-изгодното на всеки, който иска да вземе ипотечка или да подобри условията по вече изтеглен заем. Тя се прави в партньорство с Кредит Навигатор, лицензиран кредитен посредник с управител Борис Димитров.

Не купувай на сляпо

„За нас беше шокиращо колко хора влизат в сделка с шестцифрен заем, който ще плащат 20 или 30 години, без въобще да са говорили с втора банка. Често това води до оскъпяване или дори пропадане на покупката. Решихме точно този проблем и сега всеки може да получи оферти от всички банки едновременно с едно кандидатстване. А след като избере една от тях, да има до себе си експерт, който да помогне с документите и преговорите с банката, чак до изповядването при нотариус“, казват създателите на musketari.bg. Това е различен подход към проблема с финансирането на имот. В развити пазари като Великобритания над 80% от заемите се договарят с помощта на кредитен консултант, докато в България процентът е под 20%. Амбицията на gaida.ai е да достигне до повече хора с една прозрачна и удобна за ползване платформа, в която алгоритми продължават да следят пазара и след сключване на сделката. Когато има по-добри условия от твоите и си струва да рефинансираш, ще получиш известие.

Агентите за недвижими имоти са партньори на gaida.ai, тъй като технологичният стартъп е надежден генератор на клиенти за бизнеса им. Използването на технологични решения не е самоцел, а е най-иновативният начин да имаме редица улеснения, вместо проблеми. ☺

Как да оптимизираме разхода по ипотеката

Рефинансирането е малко популярно в България, но може да спести много пари на хората с ипотечка. Това е възможността човек със заем за имот да изтегли нов кредит при по-добри условия, да погаси първия и да продължи с новите по-ниски вноски. В момента лихвите са рекордно ниски, така че хора с ипотечка, взети преди 2020 г., вече плащат повече от нужното. С musketari.bg всеки може да провери ипотеката си и ако види, че надплаща - да предприеме стъпки, за да я подобри, твърдят създателите на платформата. След първата година не се дължат такси за предсрочно погасяване, а в момента три банки поемат разходите по прехвърлянето на ипотеката от една банка в друга. Услугата е регулирана от БНБ и е напълно безплатна за клиентите.

blog.duolingo.com



EDUTECH

набира скорост

ПРЕМИНАВАНЕТО НА ОБУЧЕНИЕТО ОНЛАЙН ДОВЕДЕ ДО ЗНАЧИТЕЛНИ ИНВЕСТИЦИИ В СЕГМЕНТА НА ОБРАЗОВАТЕЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ

✍ **Александър Александров**

От мобилните приложения за изучаване на чужди езици, през платформите за онлайн обучение, до технологиите за виртуална реалност, които

пресъздават исторически събития – един нов дигитален сегмент през последните месеци печели популярност с всеки изминал ден. Той вече си има име – Edutech или Edtech (от англ. - образователни технологии). Поредната



СТАРТЪПЪТ ЗА ЕЗИКОВО
ОБУЧЕНИЕ DUOLINGO ВЕЧЕ Е
МИЛИАРДНА КОМПАНИЯ СЛЕД
ЛИСТВАНЕТО СИ НА БОРСАТА

абривиатура, която има за цел да покаже как иновациите преобръщат с главата надолу различни други браншове, също както Fintech или e-commerce.

За какво все пак става въпрос? По същество Edtech представлява демократизиране на достъпа до познание и образование чрез дигитални решения. Тази тенденция небинаги се изразява в конкретни технологични платформи. Неотдавна например редица водещи университети в света – от Масачузетския технологичен институт до Харвард и много други, пуснаха много от своите курсове в интернет – безплатно и със свободен достъп. Дигитализирането на съдържанието на музеи и културни институти също е част от процеса.

Не липсват обаче и многобройни стартъпи, създаващи платформи и приложения с комерсиална цел, стремежи се да се позиционират като лидери в този относително нов дигитален сегмент. Само през отминалата година, по данни на Crunchbase, в него са се случили 35 придобивания на технологични

стартъпи. През 2019 г. те са били 45, а само през първата четвърт на настоящата година – 24. Причината за този ръст също е известна – безпрецедентно наливане на

рискови инвестиции

в решенията за дигитализиране на образованието. Стартъпите от този сектор в момента са едни от най-привлекателните мишени за финансиране по света и тази тенденция вероятно ще се засилва. За справка, само през 2020 г. размерът на рисковите инвестиции в образователни проекти е надминал 10 млрд. щ. долара. А където има рискови пари, обикновено през следващите години ставаме свидетели и на сериозно развитие на съответния сегмент.

Важна роля за този засилен интерес, разбира се, изиграха пандемията и свързаното с нея преминаване в режим на онлайн обучение в редица страни. Също както и при стрийминга на филми обаче, това не е единствената причина за растежа, а много от EduTech платформите вече бяха спечелили популярност преди това. Пандемията

ускори процеса

но не е причина за възникването на новия бранш. Тя само доведе до дигитализация на бързи обороти на образованието (редом с много други сектори), което повлия и на фирмите от новия сектор.

Все още е рано да се каже в каква степен това ускорено развитие ще се запази и след отминаването на пандемията и доколко то се дължи само на момента. Това, което е сигурно, е, че добре финансираните стартъпи от сектора вече бързат да погълнат свои конкуренти в опит да се позиционират по-добре и да гарантират разрастването си. Резултатът е и вълната от придобивания в бранша, за която стана въпрос по-горе. Други наемат ускорено ИТ специалисти (част от покупките на фирми се правят именно с такава цел). Всичко това обаче не дава достатъчно яснота за бъдещото развитие на сектора.

Мнозина са на мнение, че показателно в това отношение е успешното листване в края на юли на стартъпа за учене на чужди езици Duolingo на борсата в САЩ. Акциите на компанията увеличиха цената си с 36% по време на нейния борсов дебют, достигайки 139.01 щ. долара. Това от своя страна ѝ донесе пазарна капитализация от близо 5 млрд. щ. долара, превръщайки я в най-новия „еднорог“ в САЩ и един от първите такива в EdTech сектора. Основана през 2011 г. в Питсбърг, стар-

тиращата фирма посочва за своя цел създаването на свят, в който висококачественото образование е достъпно за всеки, без значение къде се намира и с какви средства разполага. Изглежда тази идеална цел води след себе си и добри финансови резултати, защото през отминалата година Duolingo е имала 129% ръст в приходите, които са достигнали 161.7 млн. щ. долара. Други платформи също се развиват повече от добре – сайтът за хостинг на платени видео курсове Udemy през 2020 г. успя да привлече нови 50 млн. щ. долара, което го оцени на 3.25 млрд. щ. долара.

Някои анализатори прогнозираят, че успешното първично публично предлагане на Duolingo ще „повлече крак“ и скоро престои да видим

истинска лавина

от нови образователни стартъпи на американската борса. САЩ обаче не е единствената държава, в която сегментът отчита динамичен растеж. Всъщност Азия се развива с дори по-бързи темпове.

От японския стартъп Atama plus, който използва система с изкуствен интелект, за да персонализира обучението на учениците в средното образование, помагайки им да постигнат базови познания за по-кратко време, до Shikho – проект от Бангладеш, който неотдавна набра 1.3 млн. щ. долара рисково финансиране, за да улесни достъпа до качествено обучение за децата от по-малките населени места в страната – регионът изживява истински бум на Edutech стартъпите. При това, страни като Бангладеш, Виетнам, Индонезия и Филипините отчитат динамичен растеж в сектора, редом с лидерите в региона Япония, Китай и Южна Корея.

Развитието на сегмента не би трябвало да е изненада и всъщност в известен смисъл дори е закъсняло – като имаме предвид, че още със създаването на world wide web основната цел на мрежата е именно споделянето на знание. Затова и има логика този тип приложения да се развият много по-рано в сравнение с други дигитални сегменти, като например игрите или музикалните услуги. Така или иначе новите образователни платформи вече са тук и ще останат, а това води след себе си безпрецедентно либерализиране на достъпа до знание – безплатно или на изключително достъпна цена. Сега топката е в потребителите – днес всеки от нас, без значение дали е ученик, или отдавна е завършил училище, може лесно да се сдобие с нови знания, умения и дори професия, или просто да учи за забавление. Достатъчно е само да го поиска. ☐

Вероника Рачева: „Тийноватор“ подготвя учениците за бъдещето

НА МЛАДИЯ ПРЕДПРИЕМАЧ МУ ТРЯБВА ВЪЗДУХ И БЛАГОПРИЯТНА СРЕДА, НУЖЕН МУ Е КАПИТАЛ И ЛЕКО ПОБУТВАНЕ НАПРЕД ОТ НИКОЙ ВЕЧЕ УСПЯЛ

Вероника Рачева е директор "Учебни дейности" във фондация „Прознание“ и програмен директор на „Тийноватор“. Вече осем години е част от ръководния екип на фондацията и се занимава с програми и инициативи за осигуряване на равен достъп до качествено образование. Професионалният ѝ път започва като учител по английски език и продължава като ръководител на международни и национални проекти в сферата на образованието и социалната подкрепа на деца и младежи в неравностойно положение. Тя е доктор по теория на възпитанието и дидактика и има докторантска специализация Doctoral school, Institute of Education, London University. На 38 години е и е майка на три деца.

✍ Яна Колева

Визионерът е човек, който: Не спира да се развива. Опора е за останалите. Умее да мисли няколко хода напред, без да си въобразява, че контролира бъдещето. Има здрава морална основа и е толерантен. Вярва в партньорствата, защита хората и умее да използва техния потенциал. Знае каква сила е образованието. Загрижен е за климатичните промени. Интересува се от случващото се наоколо, без да се депресира от това. И най-вече - не се страхува от новото! - твърди Вероника Рачева. Тя се е посветила на образованието и развитието на най-младите.

Вероника влага много от себе си във всичко, с което се захване. Убедена е, че в стартовия момент и протичането се намира иновацията, че предприемачеството е

двигателят на обществото

На младия предприемач му трябва въздух и благоприятна икономическа обстановка, нужен му е капитал и леко побутване напред от някой вече успял. Така се ражда и „Тийноватор“:

Главният инициатор на „Тийноватор“ е фондация „Прознание“, заедно с американеца филантроп Лари Бийл, който е създател на Българския фонд за предприемачество. Започнахме през учебната 2018-2019 г. И вече се задава четвъртото издание на инициативата. Тя е в отговор на острата нужда в българската образователна система от практическа, предприемаческа и бизнес ориентираност; от директна връзка между учениците, компаниите, стартъп средата. „Тийноватор“ прави избора на специалност и професия по-лесен, защото позволява на учениците да надникнат

заг стените на училището

Програмата стартира в четири училища в София, във втората година добавихме Враца и Варна; в третата вече бяхме в шест града, а сега възможността да протича и он-

лайн ни позволява да сме навсякъде. Тази есен „Тийноватор“ започва през октомври с усъвършенствана програма, нов дизайн на бранда, подобро съдържание, което я прави привлекателна и за ученици, вече преминали през курса. Сега целта е да имаме 300 записали се „тийноватори“ и 60 ментори.

През пролетта на 2020 г. превключихме изцяло онлайн. Срещите на учениците с менторите ставаха във виртуалната класна стая Vedato и в различни платформи за чат. Онлайн протече и т. нар. Уикенд на идеите през февруари 2021, на който за пръв път учениците презентират пред жури. Финалното състезание през юни пък проведохме на открито и беше успешен край на година, протекла пълноценно и забавно в онлайн среда. Прегизвикателството е във физическа дистанция да поддържа жив екипния дух и за щастие напред имаме много адаптивни и креативни хора.

През „Тийноватор“ досега са минали около 500 ученици и около 60 ментори за трите учебни години. Подборът е свободен - всеки ученик в X или XI клас може да се запише на teenovator.bg.

обучението е безплатно

Работим също с директори на училища и класни ръководители, които ни помагат да сформираме цели отбори в училищата, така че да има и по-консолидирани клубове, към които добавяме ученици, включили се самостоятелно. За менторите процесът минава през кандидатстване и интервю. Търсим хора от стартъп средите с предприемачески опит в различни сфери, натрупан в България или в чужбина. Възрастовата граница е до 40 години, за да е по-малка разликата с учениците. Всеки, който се чувства готов за програмата, може да кандидатства на сайта ни.

Още първата година се появиха

първите шест успешни проекта

които продължиха развитието си и след



това, като един от тях е спечелилият първо място на финалното състезание Headstarter - сайт, чрез който ученици намират стажове в компании. Сред отличените е проектът за създаването на трейлъри на книги. Втората учебна година победителят EduBots, компания с фокус роботиката за деца, продължава развитието си, дори спечели допълнителна инвестиция. През учебната 2021-2022 като най-обещаващ бе оценен IcePro - сладолед за фенове на фитнеса, който е в развитие и го очакваме на масовия пазар. Сред интересните идеи са поливна система за цветя вкъщи, когато собствениците на дома отсъстват; идея за онлайн галерия за презентиране на изкуството на български артисти; разширение към браузъра, което автоматично проверява за грешки при писане на български език; платформа, която предлага освобождаване на дома от излишни вещи и размяната им с цел да получат нов живот.

Най-важното, на което се стремим да научаваме „тийноватори“, е да се усетят като важна част от процеса на създаване, да взимат поуки от провалите и независимо дали ще продължат с идеята си, да знаят как се прави бизнес.

Още от първата година зад нас стои Българският център по предприемачество,

ползваме собствено

финансиране

от фондация „Прознание“. През втората и третата година се присъединиха фондация „Америка за България“, UniCredit Bulbank и Kaufland. Отворени сме за партньорства с компании и постоянно търсим подкрепа, защото искаме предприемаческата ни инициатива да стигне до всяка точка на България.

„Тийноватор“ подготвя учениците за бъдещето. Не само за развитието им след училище, но им дава възможност да творят, да намират решения на проблеми, да се фокусират върху иновациите и върху развитието на общността. Очакваме да се присъединят ментори, които са готови да споделят собствен професионален опит и заедно с учениците да се гмурнат нагълбоко в темите на предстоящото. Трябват ни визионери. 🙌

ОЧАКВАМЕ
МЕНТОРИ ВИЗИОНЕРИ,
готови да споделят собствен професионален опит и заедно с учениците да се гмурнат в дебрите на предприемачеството

Е КСЦЕНТРИЧНИЯТ
МИЛИАРДЕР
ДИГИТАЛИЗИРА
СВОБОДАТА НА СЛОВОТО

.....

Странният свят на ДЖАК ДОРСИ

Александър Александров

По време на Арабската пролет в началото на отминалото десетилетие журналисти отиват при малко известен тогава дигитален предприемач с въпроса – той ли е организирал вълненията в Африка и Близкия изток. Неговото име е Джек Дорси, а причината за странното запитване е, че създадената от него микроблог платформа Twitter тогава се оказва любимото средство за комуникация на протестиращите в Египет, Тунис, Алжир и други страни в региона. Дорси, разбира се, не организира революции за сваляне на политически режими. Или поне не целенасочено. Twitter обаче се оказва в основата на истинска дигитална революция, довела до безпрецедентно либерализиране на свободното слово в световен мащаб. И направила Дорси милиардер в процеса. Именно тази микроблог платформа беше първата, сочена за инструмент за влияние върху политическите процеси – първо в Близкия изток и Африка,

след това в Украйна, а после – по целия свят. Много преди да се заговори за начина, по който Facebook е повлияла на президентските избори в САЩ или за възможностите на Telegram да обезпечи криптирана комуникация между дисиденти и протестиращи срещу авторитарни режими.

Twitter беше първата платформа, която показва, че уеб 2.0 технологиите могат да заобиколят официалните медии, превръщайки всеки отделен човек в медия. И до петнадесет години след създаването си остава социалната мрежа с най-голямо доверие на своите потребители, както и с най-каузоален имидж. Докато основният ѝ конкурент – Facebook – продължава да изкупува по-малките алтернативи (Instagram, WhatsApp), но и да става все по-негодлюбван както от широката публика, така и от политици и регулатори.

А самият Джек Дорси продължава да изненадва публиката със своя начин на живот и възгледи. Неотдавна той

продаде своя първи твит в микроблог платформата, представляващ на практика просто едно съобщение, за впечатляващите 2.9 млн. щ. долара по формата на дигитален актив – т.нар. NFT (Non Fungible Token). Сумата не е особено значима за предприемача, чието състояние днес се равнява на над 15 млрд. щ. долара. Продажбата обаче показва, че той е способен да прави пари дори от едно съобщение в Twitter – каквито мнозина сме писали с хиляди.

Дорси започва да програмира на 15 години и още тогава създава приложение за таксита, което се използва и до днес. Лицензиран масажист, фен на пънк музиката, той напуска рано университета в опит да създаде дигитален бизнес. Среща другите двама съоснователи на Twitter – Бъз Стоун и Евън Уилямс – докато работи в малка компания за подкасти. Тримата се отделят и основават микроблог системата през 2006 г. като сайт, в който можеш да постваш съобщения, дълги максимум 140 символа. Любопитно



е, че едва две години по-късно Дорси прехвърля ръководството на Стоун и веднага се отдава на

нови проекти

Сред тях са инвестицията в друга социална платформа - Foursquare, както и стартиране на приложението за мобилни разплащания Square. Във време, когато финтех сегментът все още прави първите си крачки, а за плащания през смартфона почти никой не говори сериозно. През 2014 г. Дорси отново изпреварва събитията, придобивайки чрез Square платформата за доставка на храна Caviar. По-късно той я продава на DoorDash за четирикратно по-голяма сума, но малко след това отново се насочва към този сегмент.

Самата Twitter междувременно също се променя много, преминава през кризисни периоди и възходи, за да се превърне в една от най-влиятелните дигитални платформи днес. И да направи

още една революция


тази на генерирането на новини, което вече отдавна не е запазена територия за големите информационни агенции. С влиятелни фигури като Илън

Мъск и Доналд Тръмп, които предпочитат да си говорят директно с Twitter аудиторията, платформата се превръща в основен генератор на новинарско съдържание.

Днес начинът на живот на Джек Дорси е всичко друго, но не и нормален. Носене на разноцветни маратонки или просто джпанки по събития, хранене веднъж дневно (единствено вечер), често постене и не на последно място - намерение да се премести в Африка - това са само част от странностите на милиардера. Страстен привърженик на криптовалутите, той неведнъж е споделял техните предимства и дори е убеден, че те могат да донесат световен мир. Само преди месеци Дорси обяви, че Square стартира нов бизнес, свързан с криптовалутите и децентрализираните финансови услуги. Все още обаче няма повече конкретика по проекта.

В търсене на нови пазари за Square през миналата пролет предприемачът обяви създаването на собствена банка под шапката на приложението. Също тогава той иницира и придобиване-

то на музикалната платформа Tidal за 300 млн. щ. долара. Очакванията са Square да предложи на нейната общност от изпълнители нови възможности за монетизация, навлизайки в перспективния музикален онлайн пазар. Създадена от рапъра Jay-Z, с участието на звезди като Риана, Мадона и Coldplay именно като инструмент за противопоставяне на технологичните гиганти, навлизащи в техния сектор, Tidal изненадващо се оказа част от Big Tech стамуквото.

Крипто, аудио стрийминг, банка - дали това значително разширяване на бизнеса ще бъде печеливш ход за Square, все още е рано да се каже. Сигурното обаче е, че Джек Дорси е виждал и по-лоши времена в годините, когато Twitter беше пред продажба или по-късно, когато акционерите се опитваха да го свалят от поста на изпълнителен директор. И днес едва ли са много нещата, които могат да го уплашат. 



WORDPRESS

Милиарди от безплатен СОФТУЕР

СЪЗДАТЕЛЯТ НА ПЛАТФОРМАТА WORDPRESS МАТ МУЛЕНВЕГ СЕ ОКАЗА ЕДИН ОТ НАЙ-УСПЕШНИТЕ ИНТЕРНЕТ ПРЕДПРИЕМАЧИ

Александър Александров

В случай, че не знаете, днес над 40% от сайтовете по света са базирани на една софтуерна платформа с отворен код - WordPress. Нещо повече, този показател се е увеличил осезаемо от януари 2020 г., когато е бил 35,4 процента. Данните са от проучване на W3Techs и включват най-популярните 10 милиона сайта в света. Според същото изследване на всеки две минути към WordPress преминава още един сайт. Каква е тайната на този безплатен софтуер за изработване на сайтове и на какво се дължи феноменалният му успех, позволил му буквално да

превземе интернет

за няколко години? Отговорът, според мнозина, се крие в ценностите, залегнали в самото създаване на платформата - свободно споделяне на информация, отворен код и достъп до изработката на уебсайт за всеки жител на планетата.

Стартирайки като платформа за създаване на блогове през 2003 г., WordPress бързо печели популярност заради своя лесен интерфейс, лес-

но инсталиране и богата екосистема от приложения. Въпреки че в началото е създадена за блогове, постепенно тя се оказва предпочитана и за комплексни и сложни уеб проекти - големи корпоративни сайтове, медии и портали. За справка - сред най-големите 1000 сайта в света дялът на тази система е 51.8%, което е дори повече от обичайния дял в интернет сектора. Днес на WordPress са направени

знакови проекти

като масмедийните Time, TechCrunch, The New Yorker и MTV News, модното списание Vogue, сайтът на Sony Music, официалната интернет страница на Швеция, официалните блогове на Walt Disney и Star Wars, сайтовете на поп звездите Бионсе, Аланис Морисет и Rolling Stones.

Това, че е с отворен код, означава, че в разработката и развитието на системата участват съвсем безвъзмездно огромен брой програмисти и други специалисти. Това не е необичайно в света на open source софтуера и по същия начин са създадени много групи широко разпространени приложения като браузъра Firefox, текстовия

редактор OpenOffice и, разбира се – различните дистрибуции на операционната система Linux. Въпреки този разпределен модел на разработка от голяма общност от хора обаче, ключова роля в проекта играе Мат Муленберг – американски предприемач, напуснал рано Университета на Хюстън, за да се концентрира върху развитието на платформата.

Продължавайки визията на създателя на world wide web Тим Бърнърс-Ли за отворена глобална мрежа, Муленберг от самото начало прави WordPress безплатна и свободна за използване. Част от тази политика е и прехвърлянето на платформата и нейната запазена марка към неправителствената организация с идеална цел WordPress Foundation. Хог, който гарантира независимото развитие на мрежата. И който парадоксално през следващите години му носи състояние от стотици милиони долари.

Как е възможно генерирането на толкова богатство от безплатна система? За да разберем това, трябва да се запознаем с модела на работа на тази платформа и най-вече – с огромната екосистема от приложения около нея. Самата WordPress е безплатна и изключително лесна за инсталиране. В добавка хостинг компаниите я включват в своите администраторски панели, позволявайки на клиентите си да стартират сайтове на практика с

няколко клика

Всичко това либерализира изработката на сайтове, позволявайки на всяка малка фирма, самонает специалист или просто ентузиаст да се сдобие със свое място в мрежата с минимални средства и време. Около безплатната основна платформа обаче е изградена цяла екосистема от външни приложения – теми (шаблони) и разширения (плъгини). Те представляват допълнителни софтуери, които могат да се инсталират по желание към основната WordPress система, добавяйки различни функционалности. Именно този модел е истинското богатство, което прави платформата толкова предпочитана. Ако желаете да добавите към вашия сайт контактна форма или слайдер, просто слагате подходящ плъгин. Ако искате проектът да е на няколко езика или пък към него да има онлайн магазин – също. Почти няма функция, за която да не е измислен плъгин.

Тези допълнителни приложения се създават от външни разработчици – отделни енту-


зиастни или цели екипи от програмисти. Много от плъгините и темите се предлагат безплатно, докато други са платени, но на много достъпни цени – от поряръка на 10, 20 или 50 долара. Продадени хиляди пъти по целия свят обаче, те носят значителни приходи на своите създатели. Трети следват т.нар. „фриум“ модел, при който безплатната версия е с орязана функционалност, а платената дава достъп до много повече възможности.

Самият Муленберг

капитализира успеха

на този модел. Неговата собствена компания Automattic е създала или през го-

дините е придобила някои от най-популярните WordPress приложения. Сред тях личат имената на Woo Commerce – плъгин за онлайн магазини, който вече надминава по популярност системи като PrestaShop и OpenCart, Akismet – най-известния антиспам плъгин, Jetpack, Gravatar и други много полезни инструменти. Всичко това превръща компанията в интернет гигант, който към момента е привлякъл общо 617.3 милиона щ. долара рисково финансиране, достигайки капитализация от над 3 млрд. щ. долара. Състоянието на самия Муленберг пък се оценява на 400 млн. щ. долара.

Неотдавна Automattic навлезе и в горещия сегмент на подкастите, придобивайки платформата Pocket Casts, добавяйки я към закупената по-рано социална мрежа Tumblr. Хог, с който Муленберг демонстрира, че няма намерение да се ограничава само до света на WordPress, а възнамерява да играе роля и в други важни онлайн сегменти. Междувременно създадената от него платформа продължава да печели влияние и да либерализира интернет, а процентът на сайтовете, базирани на нея, се увеличава с всеки изминал ден. 



Предприемачески марафон с

ГЕНА СЪББЕВА



СЛЕД КАТО
Е УСПЯЛА
В МНОГО
НАЧИНАНИЯ,
СЕГА ТЯ ПОМАГА
НА ЖЕЛАЕЩИТЕ
ДА ОТКРИЯТ
СВОЯ ПЪТ В
БИЗНЕСА



Татяна Явашева

Животът е бягане с препятствия, в което Гена Събева е мараонец. Тя е от онази рядка порода хора, които работят умно и обичат да довеждат до успех всичко, с което се заемат. Накратко представя себе си така: „Предприемач, основател и визионер. Председател на Асоциацията на интериорните дизайнери в България. Председател на браншовите организации към БТПП. Ментор и пътешественик“. Гена е управляващ партньор в семейната компания „Събев Груп“ и развива собствена франчайз марка ВИТ - Борса за матраци. Сред голямата ѝ активност трябва да откроем нейния талант да работи с хора. Ето разказа ѝ от първо лице:

Предприемачът е човек, който има идея и се заема с нейното осъществяване, без да се страхува, че може да се провали. Дори не е нужно да иска мнението на близките си, защото в 99% от случаите те казват: „Щом никога досега не го е направил, ти луд ли си?! Няма шанс, не се занимавай!“.

Моето правило

е да взимам съвети само от някой,

който вече е стигнал там, където и аз искам да отида. Учител може да е само онзи, който го е преживял, постигнал и има личен опит. Всичко друго не работи. Освен това моето „Как“ не е вашето „Как“. Аз съм изкачила Килиманджаро. Но всеки по свой начин преживява покоряването на върховете, на всеки различно му се отразяват височината и изпитанията при катеренето. В бизнеса е същото.

Вече шест години всеки четвъртък рано сутрин заедно с група жени вървим пеша от Боянско ханче до Боянския водопад. Преходът, наречен от мен „Бизнес пътеки“, е тренировка за ума и тялото с цел създаване на нови

контакти и откриване на нови идеи. Тази разходка съдържа всичко, което го има в един бизнес: Нужна е

ясна цел и подготовка

Появяват се неочаквани неща. Има лесни и трудни преходи, а когато стигнеш високо, се открива красива гледка... Идеята се роди по време на участието ми в Академията за треньори. Целта на обучението беше да ни предадат основни принципи в работата с хора. Трябваше да правим семинари и уебинари, за да тренираме. Вместо това реших да привлека ен-



В ИЗКАЧВАНЕТО НА ВЪРХОВЕ

изпитваме себе си – в това предприемачът и планинският катерач си приличат

тусиаста, с които заедно да ходим в планината. Така всеки път набелязвам тема, по която да говорим, а на ново-гошлите им напомням, че независимо на каква възраст са сега, да мислят за пасивните си доходи. И им помагам точно в това. Направих Фейсбук страница „Прави пари и насън“ и никога досега не ми се е случвало да съм сама на този

бизнес поход

Шегувам се, че това е приемното ми време за безплатна консултация, за която единственото условие е издръжливост да вървиш пеша. Мнозина имат идея, направили са си и план, но просто отлагат. А аз буквално ги изстрелвам да започнат. Веднага!

Отне ми време, докато намеря онова, което ще ме кара да се събуждам сутрин с готовност за действие. Постоянно експериментирам и дори да не зная накъде вървя, продължавам да търся. Когато открия онова, което инстинктивно ми е нужно, енергията и вдъхновението се появяват. Най-много ми харесва да се срещам с хора и усетиш, че силата ми е да ги обединявам в различни сфери на интереси и на дейност – например женското предприемачество, строителството, ин-

териорния дизайн, франчайзинга.

Менторската програма

която организирам за жени предприемачи, ми дава смисъл и емоция. Работим в продължение на половин година. В началото някои идват с едно намерение, но претърпяват трансформация, завладяват ги нови идеи за бизнес, който ще ги прави по-щастливи. В хода на обучението те разбраха защо аз никога нямам План Б. Когато започнеш да готвиш ядене, трябва да нарежеш всичко и да го объркаш. В началото не обещава да е вкусно, но накрая става. Така е с всичко - когато имаме ясна цел, краен срок и план, действаме, за да се случи. Няма ли стройна програма, човек харчи много енергия – при липса на стабилно покритие смартфонът също бързо изхвърля батерията си.

Всички ме питат как намирам

време за всичко

И отговорът ми е, че умея да управлявам времето си, във всеки момент имам приоритети – спрямо деня, спрямо ангажиментите, спрямо възрастта. Времето е най-важният ми критерий. Имам график за деня и съм

изключително точна. Животът ми се движи по план, който щом веднъж е фиксиран, просто го следвам. С бизнес започнах да се занимавам още на 20. В началото на 90-те години отворих магазини в централната част на София – за радиочасти, копчета, обувки, платове, мебели. Опитвах с какво ли не. Установих, че първо трябва да направя хаоса и после да го подредя. Постепенно изчистих модела и стигнах дотам да нямам свои магазини, а да уча хората как да започнат собствен бизнес и как да си направят магазин за матраци.

Когато преди 30 години започнах с дребни неща, имах и мебелен магазин. Тогава забелязах, че 70% от оборота идва от матраци в определен сезон. Затова реших да опитам само с матраци. Разбрах, че хората държат да видят

МНОГО НЕЩА на едно място

където да има кой да ги консултира, за да изберат най-подходящото за тях. Така създадох борсата за матраци. Сега тя се управлява от малък екип, а всеки франчайз партньор е самостоятелна единица със собствена фирма. На локално ниво той е единствен представител на моята марка ВИТ. Най-трудната задача е да открия точните хора за франчайзинг партньори. Намирам ги сред онези, които ходят на работа, искат да започнат нещо свое, но не знаят какво. Обикновено стигам до тях чрез лични контакти или препоръки. Да създаваш предприемачи е трудно, хората се страхуват, защото това е огромна промяна в живота им. Но когато започнат да берат добрите плодове на своя труд, вече никой от тях не иска да се връща назад.

Любимото ми занимание

докато летя в самолет, е да си набележа следващите стъпки. Когато бях на 25, си бях поставила ясни цели и на 36 ги бях изпълнила. Убедих се, че нямаш ли цели и конкретна програма за тяхното изпълнение, животът не ти предлага стъпка напред.

Наясно съм какво е неуспех и какво – успех. Ако преди съм успяла някак случайно, сега вече зная пътя и като ментор предавам своя опит. ☺



СЪБЕВА С ДАМИТЕ ОТ
МЕНТОРСКАТА СИ ПРОГРАМА

Финансово решение, с което сбъдваш мечтите си с

ЛЕКОТА

ПОТРЕБИТЕЛСКИЯТ КРЕДИТ С ОВЪРДРАФТ БЕЗ ЛИХВА ЗА ЦЯЛА ГОДИНА ОТ ПОЩЕНСКА БАНКА ИДВА В ОТГОВОР НА ВСЕКИ ТВОЙ НОВ ПЛАН ИЛИ ИДЕЯ

Мечтата носи бъдеще и усещане за свобода по пътя към нови хоризонти. „Да мечтаеш значи да вярваш. Да вярваш значи да сбъдваш.“ Това мото води и **Максим**, дванадесетокласник в софийска гимназия, и **Стефан**, финансист с богат опит в областите на корпоративното и инвестиционното банкиране, по пътя на сбъдването на тяхната „необикновена“ мечта. Дватамата успешно завършват „**първата океанска гребна експедиция за България**“ през лятото на 2020 г. и по време на най-активния сезон на ураганите в Атлантика, откакто се водят статистики. Помегают от град Портумао в Португалия и за 105 дни плаване с Neverest – лодката, която сами построяват, успяват да прекосят океана, достигайки Барбадос, Карибските острови. С подвига си поставят редица световни рекорди и постижения, а мисията си посвещават на кампанията „Да! За живот! (www.zajivot.bg)“ на Мунисстерството на здравеопазването, която цели да стимулира повече хора да вземат решение да бъдат донори на органи след смъртта си.

Тяхната история оживява отново в последния рекламен клип на Пощенска банка, за да вдъхнови повече хора да преследват мечтите си. Чрез своя про-



дукт, който комбинира **потребителски кредит с овърдрафт без лихва за цяла година**, банката предлага на свои-

те клиенти необходимата финансова подкрепа за реализиране на големите и малките им лични проекти.

Сигурна подкрепа за твоите планове

Комбинацията от потребителски кредит в размер до 70 000 лв. и **предварително одобрен овърдрафт без лихва за цяла година**, в размер до една нетна заплата до 3000 лв., е финансово решение, което идва в отговор на всеки нов наш план и непревзигнени разходи. Продуктът може да бъде използван както за покриване на текущи потребности, така и за **обединение на съществуващи задължения** с възможност за допълнителни преференциални условия, съгласно изискванията на банката. Потребителите могат да се

възползват от предложението за овърдрафт при усвоен потребителски кредит и осигуряване на превод на работна заплата по сметка в Пощенска банка. Одобреният лимит по него е с опцията за многократно, изцяло или на части ползване, а на всеки 12 месеца той се подновява автоматично.

С възможност за **изцяло онлайн** кандидатстване, дълъг срок на изплащане – до 10 години, както и експресно разглеждане **до 3 работни часа**. Периодът на кампанията е до 31 октомври 2021 г., в който можем да

се възползваме от атрактивните условия на предложението.

За всеки от нас мечтата има различна стойност. Едно е сигурно обаче – всяка идея е важна и има нужда от подкрепа. Потребителският кредит с овърдрафт без лихва за цяла година е тук, за да ни помогне при вземането на важни решения и да ни даде сигурността, от която имаме нужда. Разбери повече в широката клонова мрежа на Пощенска банка в страницата или на www.postbank.bg.

Advertorial



ПЛЕВНЯ

и предприемаческата синергия

ЧЕТИРИ СЕМЕЙСТВА ОБЕДИНИХА УСИЛИЯ В ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ЕДИН ПРОЕКТ, КОЙТО ДАДЕ НАЧАЛОТО НА НОВИ БИЗНЕСИ

✍ Тони Григорова

Когато силният стремеж към създаването на нещо новаторско получи допълнителна сила от приятелството, умножено по четири, се получава синергия, способна да роди продукт, който по друг начин няма как да се появи. Такъв е случаят с „Плевня“ – къща за гости в ловешкото село Кърпачево.

Нов живот за старото

Преди сто години в това село едно българско семейство си построило дом и го

него плевня за животните и тяхната храна. През 2008 г. Ива Таралежкова и Камен Терзиев купуват къщата и дълго обмислят как да запазят автентичната каменно-кирпичена постройка. Идва момент, в който техни семейни приятели от Швейцария се вдъхновяват от идеята тази плевня да получи нов живот и спонтанно дават финансова подкрепа за това. Ива е председател на Сдружение „Деветашко плато“, което за 12 години е направило твърде много за духовната и икономическата пробуда на района, в който влизат девет села. Създава се общност, която работи за икономическото съживяване, като



привлича проектно финансиране за множеството инициативи и насърчава развитието на предприемаческата активност, в която важен фокус има туризмът. „Плевня“ е показателен пример как този модел работи.

ЕТО КАКВО РАЗКАЗВА МАЯ КРЪСТЕВА, ОСНОВАТЕЛ И УПРАВИТЕЛ НА „ИНОВА ТОП ГРИЙН“ ЕООД:

„Проектът „Плевня“ обедини енергията на приятели. Всеки от нас вложи много в това начинание. Намерението на домакините – Ива и Камен, бе да превърнат стария хамбар в модерна къща за гости. Амбицията на Вяра Желязкова и Георги Кътов от I/O Architects беше да придат на столетния градеж архитектурен авангард. Двамата с Камен Кръстев вече бяхме създали „Инова Топ Грийн“ и видяхме в това възможност да дадем старт на иновативно си предприемаческо решение да изработваме зелени покриви в България. Така в проекта се вля голяма творческа сила. През 2019 г. създадохме първия скамен

седумен покрив в България, направихме и мебелите в къщата. „Плевня“ се превърна в споделено вдъхновение.

Стартътът „Инова Топ Грийн“ е

иновативна компания

чийто бизнес има много по-голям смисъл от чисто икономическия. Идеите са навсякъде. Предприемачът просто трябва да „улови“ правилната идея, да я развие и приложи. С пътуванията си по света събирахме впечатления от зелената архитектура и привлекливата жизнена среда, заедно с усещането за различност. Сега специализираме в областта на комплексните решения за зелени покриви. Ние сме първият, а вероятно и единствен, български производител на основните компоненти за екстензивни зелени покриви – седумни килими (чимове) и субстрат. И

сме представител за България на Optigrun international AG – немска компания, която е сред световните лидери в зелените покриви.

Разрастването на градовете и свързаното с това въздействие върху околната среда повишава интереса към зелените решения.

Зелените покриви

са често срещан елемент в традиционното строителство в Шотландия, Исландия, Норвегия и скандинавските страни. Днес в много европейски държави ползите от зелените покриви са признати чрез

• ОБЩНОСТ •



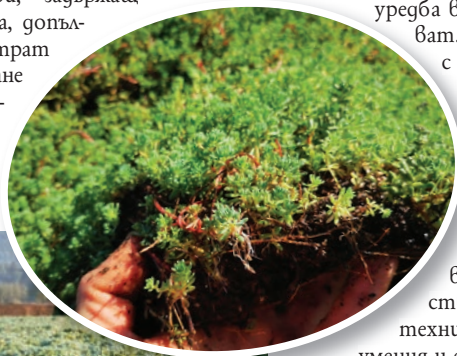
подкрепящи политики. Благодарение на законодателството в областта и финансовите стимули от страна на правителството в Германия са изградени над 80 млн. кв. м зелени покриви. От 2015 г. във Франция е задължително всички новопостроени сгради в търговските зони да са покрити с фотоволтаични панели, да са озеленени или да са хибрид между двете. В Брюксел е задължително озеленяването на всички плоски покриви с квадратура над 100 кв. м. В Базел, Швейцария, всички плоски покриви на нови и обновени сгради по закон трябва да са озеленени.

Нашите седумни полета се намират в Централна Стара планина, в подножието на връх Ботев. Там лятото е горещо и сухо, а зимата – мразовита, така отглеждаме най-устойчивите на атмосферни промени седумни килими, предназна-

чени за вечнозелени покриви. Седумът е **неподатливо на студ и суша**

растение. Това е сукулент, който съхранява вода в листата си. Като част от покривна система се нуждае от незначителна поддръжка: изисква малко (дъждовна) вода и хранителни вещества.

Зеленият покрив представлява система от няколко слоя – мембрана, предпазваща покривната хидроизолация, дренажен слой, задържащ дъждовна вода, допълнителен субстрат за продължаване на вкореняването на растенията и най-отгоре



е седумният килим. Нашите решения гарантират сигурността на покривното покритие.

За трите години от създаването на „Инова Топ Грийн“ имаме изградени над 15 обекта на покривно и сградно озеленяване. Стартирахме бизнеса си в среда на оскъдна или отсъстваща подкрепа: в България концепцията за зелените покриви е малко позната,

пазарът едва прохожда

а държавна политика и нормативна уредба в тази област все още липсват. Компанията ни се сблъска с основните предизвикателства пред стартиращия бизнес: затруднен достъп до финансиране и работа в среда, абсолютно неподготвена да приеме предлаганите иновативни решения. Въпреки всичко вложихме значителни средства за покупката на земя и техника, инвестирахме в знания, умения и експертиза.

Съпругът ми Камен е икономист по образование и майстор занаятчия по призвание, който вече 25 години се занимава с производство на нестандартни мебели от дърво. Като председател на Регионалната занаятчийска камара в Ловеч е радетел на модерното занаятчийство. Аз съм завършила английска филология, но и „Международни икономически отношения“. Занимавах се с организационно и общностно развитие. Синът ни Дарий, който ръководеше изграждането на зеления покрив на „Плевня“, е автомобилен инженер, завършил в Германия. Екипът ни е мултидисциплинарен и широко експертен. Вдъхновяваме се взаимно. Действаме. Създаваме живи пориви... ☺



Доказаните екоползи

Зелените покриви подобряват енергийната ефективност на сградите, пречистват въздуха и оказват положително въздействие върху микроклимата на населените места, създават среда за животински местообитания, имат естетическа стойност.

Научните изследвания в областта показват:

- ✓ Минимум 50 години живот на покрива;
- ✓ 75% по-нисък разход за климатизация през лятото;
- ✓ 25% подобрена енергийна ефективност за отопление;
- ✓ 80% отразяване на слънчевата светлина;
- ✓ 55% по-малко отточна гъждовна вода.

Менторство с добавена стойност



БИСТРА
ЯКИМОВА
(ВЛЯВО) СЪС
СВОЯ ЕКИП
УЧЕНИЦИ

БИЗНЕС
МЕНТОРСТВОТО
Е СРЕЩА
НА РАЗЛИЧНИ
ПОКОЛЕНИЯ
ПРЕДПРИЕМАЧИ,
ОТ КОЯТО ВСИЧКИ
ПЕЧЕЛЯТ

Мая Цанева

Бизнес менторството е среща на различни поколения предприемачи, от която всички печелят. То е част от корпоративната култура и заема важна роля и в изграждането на бизнес средата у нас. Знаем много от ползите за младите в тази особена бизнес връзка: менторите безвъзмездно скъсяват пътя към успеха чрез полезни съвети и контакти, укрепват новите начинания, често инвестират в тях, но какво печелят наставниците? Опитът се подлага на тест в алтернативна среда и извлича неочаквани решения на стандартни и нови проблеми. Подхранването на таланти води до надграждане и на собствения опит и умения. Менторите излизат от програмите за подкрепа по-уверени, че знаят как да се справят с партньорствата с по-млади партньори, с повече познания за потребителите от поколенията Z и Y.

Отговорност

Георги Малчев, основател на маркетинг агенция Xploga, описва менторството като

„отговорност“. „Да менторстваш означава да си родител, просто в друг контекст. Трябва да имаш бъдещето на детето за водещ приоритет, и през цялото време следиш за сигнали за промяна в него, положителна или негативна“. В агенцията мениджърите и тимлидерите преминават през всички етапи на професионалното си изграждане със съзнанието, че след време ще поемат отговорността да подготвят и развиват таланта на начинаещи колеги.

Георги пояснява, че всеки стажант и всеки нов служител има свой ментор, но внимателно се преценява кога някой е готов да е ментор. Менторите избират кого ще менторстват. Така се постига оптимална ангажираност и ползи.

„Менторът има отговорността да спечели доверието на човека, когото обучава, защото целта е развитието именно на този човек по желания и полезен за него начин. Всеки има мнение какво трябва да е образованието, какви да са обучителните програми, как да се държат колегите от другите звена и т.н. Но светът се променя с действията, които

МЕНТОРСТВОТО
Е ЕКСТРЕМНА
ОТГОВОРНОСТ.
КАЗВА ГЕОРГИ
МАЛЧЕВ



Xplora

предприемаме. От нас зависи да помогнем на едно цвете (човек) да разцъфне. Носим екстремната отговорност за това“, завършва той.

Споделяне

Мария Николова, Team Lead, Social Media Performance Marketing в Xplora, е минала през всички стъпала от стажант до ментор и определя смисъла на опита в това да бъде споделен. Едно от големите предизвикателства в работата ѝ с млади колеги и с ученици е установяването на връзка с тях. Менторството я учи да слуша двойно по-внимателно, да задава въпроси, „и още въпроси, докато разбере напълно гледната точка на другия“. „За да сте добър ментор, трябва да разчитате на интуицията си и да усещате хората и емоциите им, дори когато няма конкретни думи или разговор, а просто ситуации“, казва тя.

Учене от друго измерение

За Мария е удивително как 25-годишните ѝ колеги или ученици учат и как откриват възможности. Това, от своя страна, ѝ отваря очите за търсенията на потребители и партньори от тяхното поколение, които настъпват в бизнеса като предприемачи и потребители. „Не спират да ме впечатляват две неща. Първо - начинът, по който учат. Много от тях учат от видеа или искат направо да правят нещата. Второто - начинът, по който гледат на света и възможностите, които той

им дава. От младите хора, които менторстваш, може да вземеш интересна и свежа гледна точка. Но има две важни условия. Важно е да си готов да загърбиш егото си и да си отворен за нови и различни идеи“, пояснява тя.

Свежа перспектива

Бистра Якимова е предприемач с опит в няколко различни сфери и рабо-

ти в неформалното образование. През последните две години е ментор в програмата за създаване на стартап клубове в българските училища „Тийноватор“. Програмата работи с ученици от 10-11 клас, които създават работещи бизнес модели и проекти в реална среда. Поради спецификата на възрастта на участниците, работата в присъствена и в онлайн среда през учебната година, предизвикателствата пред менторите са много.

„Научих се да приемам по-лесно промени и обрати в последния момент, да се справям с неизвестното, да оползотворявам различията между хората и да се наслаждавам на самото пътуване, независимо дали ще стигнем до крайната ни дестинация и коя ще се окаже тя всъщност“, казва тя.

Бистра определя менторството като „учене и споделяне на опит в две-те посоки“. Този тип менторство, познато като reverse mentorship, се отличава с няколко ползи за наставника: той получава възможност да влезе в нова поколенческа среда, да разбере отвътре как работят нови бизнес решения и да намери иновативни разрешения на стари или реални проблеми от бизнеса днес. „Понякога е изумително колко зрели и опитни могат да се окажат младите хора от 10-и и 11-и клас.

Получих страхотни идеи от самите ученици, а работата по казуси с тях и възможността да погледна „отгоре“ и „отвън“ ми даде свежа перспектива относно някои въпроси, които ме мъчеха от много време,“ пояснява тя. И насърчава колеги и приятели да се включат като ментори и през тазгодишното издание на програмата.

Положително отношение

И за тримата ментори един от най-важните уроци от наставничеството е да се научат да гледат спокойно, с удоволствие, но с отговорност на процеса на взаимно учене и да подхранват вярата на младите колеги в това, което правят. Според Мария е важно да не подценяваме колебанията и емоциите, с които този етап от живота им е свързан. Бистра завършва: „Ученето, правенето на бизнес и въобще живеенето трябва да ни доставят удоволствие. Много се старая да предавам на моите ученици положително отношение към всичко, което правят.“



Xplora

МАРИЯ НИКОЛОВА СЕ УДИВЛЯВА КАК УЧАТ МЛАДИТЕ



ГОЛЯМАТА ПРОМЯНА

която започна от една малка чайна

КАУЗАТА Е ВСЪРЦЕТО НА ЦЯЛОТО НАЧИНАНИЕ, БИЗНЕСЪТ В НЕГО Е САМО ИНСТРУМЕНТ ЗА ПОЗИТИВЕН ОБРАТ В ЖИВОТА НА МЛАДЕЖИ В РИСК

✍ **Тони Григорова**

Чайната е пространство за чай и билкови напитки, събития, работилници, но най-вече е първо работно място на младежи, израснали в социални домове. Намира се в гръцкия квартал в старата част на Варна - в красива ъглова сграда на ул. „Преслав“, в която се

е помещавала банка. Днес тя отново е банка, но банка за хора с бъдеще.

Срежище

Бизнес, кауза, мисия, място за срещи на чаша чай... Какво е Социалната чайна? През годините тя търпи различни трансформации: чаен салон, пространство за събития, ресторант, културна точка, кафене, споделено работно място, семинарна зала, художествено ателие, детска занималня, изложбена зала. Но също така е кауза, успешен пример за социално предприятие, успешен или неуспешен бизнес модел - зависи по кое време на годината ще ги попитаме. „В същността си Чайната остава място, на което младежи, лишени от родителски грижи, или такива от рискована семейна среда, може да намерят своята първа работа и да получат менторска подкрепа. Това е мисията, която обединява цялата тази еkleктика“, обяснява Мирослава Милева, директор Менторска програма и социален ефект.

Началото

Всичко започва през 2010 г. Ядрото на екипа е от членовете на добровол-





ческа група, започнала дейност в домовете за деца. Тогава се фокусират върху ателиета за уплътняване на свободното време, базирани предимно върху методи на неформалното учене. Постепенно обаче си дават сметка, че тези дейности не запълват огромната празнота в личностното и професионалното развитие на младежите и се иска специфичен подход и много работа с тях, за да могат те уверено да поемат по своя житейски път. Така се ражда идеята за Социалната чайна.

Моделът

Чайната е социално начинание в постоянно развитие. В момента към нея са ресторант, зала за събития и споделено работно място. Извънредните мерки заради пандемията налагат затварянето и на трите основни източника на финансиране. Това подтиква екипа да



разработи брендирана линия от продукти с кауза. Цялата стопанска дейност на предприятието носи около 30-40 % от приходите. Останалото идва от проектна дейност, кампанийно дарителство и партньорства. Всички средства, с които разполагат, биват инвестирани обратно в социалната дейност посредством откриване на нови работни места, обучения и професионални курсове за младежите или подобряване на техническата база.

Мотото

Ние не наемаме хора, за да правят чай. Ние правим чай, за да наемаме хора – гласи мотото на Социалната чайна. То е синтез на нейната работа, тъй като тя съществува единствено за да подпомага целевата си група. Никой от членовете на екипа, съпричастен към този проект, не е мечтал да управлява забедение

• ПРЕДПРИЕМАЧ •

или да организира събития - правят го, за да може младежите да придобият трудов опит, да станат конкурентоспособни на пазара на труда и да се приобият към по-различна социална среда. Младежи на 16+ години може да кандидатстват за работа. Има предварителен подбор, състоящ се от различни предизвикателства. Който ги преодолее, бива наеман на трудов договор и получава възможност в съответствие с постигнатите резултати да изработва в екипната структура.

Периодът на пребиваване в менторската програма е индивидуален за всеки - някои се нуждаят от цяла година, други са готови да поемат самостоятелно след няколко месеца.

История на успеха

Мирослава Милева разказва: Една от любимите ми истории е на момиче, което все още е при нас. Когато дойде, беше много притеснена, че няма да се справи, амбициите ѝ за кариера се свеждаха до работа във фирма за почистване на входове. Бяха минали няколко месеца на интензивна работа, когато журналисти помолиха да ги запознаем с някои от младежите. Поканих я, защото сметнах, че това ще е ценно за нея преживяване. Не ѝ дадох никакви инструкции, исках отговорите ѝ да са искрени и автентични. Дойде моментът, в който я попитаха каква иска да стане, когато си тръгне от Чайната. Очаквах дежурната тирада „аз само с чистене мога да се оправя“, но нищо подобно не последва. Тя започна да споделя как иска самата тя да стане социален работник и да помага на други младежи в нужда, как иска да е умна и смела и

как животът в Чайната е най-хубавото нещо, което ѝ се е случвало. Всички се умълчахме, а тя даже не разбра колко много значи това за нас. Сега тя има една от най-високите позиции при нас и ръководи отбор младежи, които въвежда в тайнствата на кухнята и приготвянето на храна с любов.

Верига

Социалната чайна - първо във Варна, а после в още два български града. Екипите работят, за да може вълната на промяната да залее Велико Търново и Пловдив. Това става с подкрепата на Reach for change, верни партньори и приятели на проекта с кауза. „Те до голяма степен ни направиха професионалистите, които сме днес, съвсем естествено направляват и нашето разрастване“, признава Мирослава Милева.

Социално предприемачество

Трябва да направим разлика между предприемачество със социално включване и социално предприятие. В първия случай всеки бизнес би могъл да развие добри практики в сферата на социално включване и да предостави процент от работните си места, печалба, внимание или друго на хора в риск. Вторият сценарий е много по-сложен. При него каузата е в сърцето на цялото начинание, като това е бизнес, който е само инструмент за постигането на социалния ефект.

Така никнат семената на доброто и сърцето на Социалната чайна бие все по-силно... ①



ЧАЙНАТА Е НАЙ-ПОЛЕЗНАТА КЛАСНА СТАЯ, В КОЯТО СЪМ БИЛА.

На нея дължа много от личностните си характеристики, морален компас, ценностна система и какво ли още не. Чайната е единственото работно място, което съм имала, в което понеделник сутрин не е време за въздишки и въртене на очи, а време, в което с усмивка се върви към офиса. Аз съм част от първоначалния екип, обединил се около тази кауза. Лично познавам всички младежи, които са минали през програмата, и най-силно ме заземяват именно следобедните кафета с тях. Те идват да разказват за новите си приключения, за работодателите и за преобразения си живот.

Мирослава Милева





Насладете се на комфорт и кулинарни шедеври в Este Restaurant!



• ПРЕДПРИЕМАЧ •

ИВАЙЛО НИКОЛОВ И
ЛАЗАР АНГЕЛОВ –
ОСНОВАТЕЛИ НА
HEALTHINBOX



© Кристиан Сърбаков



HEALTHINBOX ПЛАНИРА
И МИКРОМАГАЗИНИ НА
САМООБСЛУЖВАНЕ

Автоматите ПРОДАВАТ

КИОСКИТЕ И ВЕНДИНГ МАШИНИТЕ ПРИВЛИЧАТ МЛАДИ КЛИЕНТИ, НО СЕ БОРЯТ С ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТА НА ТРАДИЦИОННОТО ПАЗАРУВАНЕ

✍ **Мая Цанева**

Според проучване на Verified Market Research пазарът на вендинг машини и киоски за самообслужване за банкови и административни услуги се очаква да достигне обем от 31.26 млрд. долара до 2027 г. Kiosk Market Report уточнява, че тяхното търсене е пряко свързано със стремежа на институции и бизнеси да предоставят бързо и безопасно услуги. А цената на хранителни

стоки и продукти в автомати за продажба е около 20% по-ниска, отколкото при търговия на живо. Затова с разнообразие от стоки – от фермерски продукти, цветя, топли ястия до козметика и лекарства, автоматите заемат територията на физическата търговия. В България производството на терминали, търговията чрез автомати се развива динамично и с високотехнологични решения. Три компании – производител на киоски и два стартъпа,

задават тенденциите.

KIOSKY от Шумен

Киоск България ООД произвежда в Шумен терминалите KIOSKY. „През 2008 г. съзряхме, че индустрията, свързана с производството на киоски, както и самообслужването като цяло, набират скорост. Нашият опит в ИТ сферата ни помогна да дефинираме по-точно потенциалните пазарни възможности за развитие на сектора. Започнахме като гаражно и бутиково производство с по-примитивно оборудване, но с много хъс и желание“, разказва Димитър Темелков, директор „Продажби“. Между 70 и 80 % от производството е за износ.

Трендове

„64% от младото поколение предпочитат киоски за самообслужване, кошто намаляват времето за изчакване на клиентите с около 30%. Това се очаква да бъде един от трендовете и в България, заедно с изграждането на терминали за зареждане на е-автомобили и решенията за Умни градове“, пояснява Темелков. Информационните терминали повишават разпознаемостта на търговската марка с 48%, помагат за информирани решения на потребителите, което води до увеличаване покупките и възвръщаемостта на инвестицията. Използването на интерактивни терминали за определени дейности стимулира продажбите и може значително да намали разходите на време и нуждата от работна ръка.

Вкусно от автомата

„България е много назад като дял от населението, който пазарува през вендинг автомати в сравнение с Япония,



КИОСК БЪЛГАРИЯ ИЗНАСЯ 80% ОТ ПРОДУКЦИЯТА СИ



КИОСКИТЕ ПОВИШАВАТ РАЗПОЗНАВАЕМОСТТА НА ТЪРГОВСКАТА МАРКА



Кристина Сираков



Innovation Starter

СОФИЯ, АЛБИНА И КРИСТИНА ОТ VENDY+ (ОТ ЛЯВО НАДЯСНО)

Германия, Русия и САЩ. Българинът е свикнал да пипне нещо, даже и да не го вземе, а при нас е точно обратното и ни отне много време да намерим правилния подход и решение. Таргетираме „Поколението Y“ и „Поколението Z“, насочили сме се към ИТ сектора, споделените офиси и спортните центрове. Много често отказваме локации поради факта, че не можем да генерираме ангажираност“, пояснява Ивайло Николов, който заедно с Лазар Ангелов създава HealthInBox. Това е верига от вендинг автомати с ПОС терминали, които предлагат здравословни и качествени храни и напитки.

HealthInBox е начинание на по-малко от година, но автоматите имат върна клиентела в споделени офис пространства, в ИТ компании, а интерес към идеята има и от чужбина. „Първа ми гоїде идеята за вендинг автомати за канцеларски материали от по-висок клас. Лазар Ангелов, който разказваше за своята страст - спорта и здравословния начин на живот, ме вдъхнови за идеята за вендинг автомати с ПОС терминали за здравословни и качествени храни и напитки“, разказва Ивайло. HealthInBox - selected by Lazar Angelov стартира със

собствен капитал и се разраства към Micro Markets by HealthInBox - микромагазини за свежи продукти на самообслужване с безкешово разплащане, подходящо за локации с контролиран достъп.

Нещо неочаквано

Студентки от Американския университет - Албина Томова, София Широка и Кристина Узунова, се осмелиха да предложат на колегите си вендинг машини за стоки, които често купуват дискретно. Първите два Vendy+ автоматата за продажба на санитарни продукти, презервативи, дамски превръзки са в кампуса на Американския университет в Благоевград и пред споделеното място за учене StudyHub в София. „Когато говорихме в детайли относно вендинг машини за санитарни продукти, особено такива, свързани със сексуалното здраве, започнахме да намираме все повече предимства на този бизнес модел, особено за крайния потребител. Закупуването на продуктите става много по-бързо, анонимно и удобно. Мотивира ни каузата да повишим сексуалната култура в обществото“, разказва Кристина.

Бизнес моделът получава валидация в програмата Elevate на университета, чрез която екипът установява връзка с представители на фирми за санитарни продукти, с производители и вносители на автоматите. Проектът спечели и Академия за иновации 2021, има инвеститор. „Не сме открили наш еквивалент на местния пазар. Машината в Благоевград се радва на голяма посещаемост и отговаря на нашите финансови прогнози“, споделя Албина.

Презизвикателства

Сред презизвикателствата пред сектора са организирането на качествено производство в България и изграждането на устойчиви отношения с клиенти и доставчици. Нужно е и киоските, и автоматите да отговарят на специфични нужди в различни индустрии. Все по-често се внедряват киоск терминали за инструктаж на посетители и служители в големи предприятия, както и за управление на потока от камиони в производствени и логистични бази. Индустрията отговаря и на Covid презизвикателствата: Киоск България работи и по интегриране на терминал за проверка на Covid сертификатите в няколко европейски държави.

Ивайло допълва, че липсата на трагични и опит в този бранш изисква гъвкавост, за да успееш. София и колегите ѝ са приятно изненадани колко отворени са различни фирми за сътрудничество и колко са склонни да им дават съвети.

Ивайло коментира: „Истината е, че сме новатори, които нищо не разбираха от този сектор. Определено е важно да си гъвкав, да таргетираш точната група клиенти и потенциални партньори чрез различни канали като Slack например, да разбереш какво искат и да им гадеш цялостно преживяване. Преди нас повечето ни клиенти не искаха да чуят за вендинг автомати“.

Кристина се надява социалната насоченост на Vendy+ не само да привлече много потребители, но и да ги ангажира с нов навик на закупуване на продукти. Тенденциите подкрепят амбицията на проекта. 📌



The
MAYOR
.eu

The European Portal
for Cities and Citizens

Здрави на РАБОТА

ДНЕС ТЕХНОЛОГИИТЕ СА ОСНОВЕН ИНСТРУМЕНТ,
НО ХОРАТА СА ВАЖНИ, ЗАЩОТО СА ЗАДВИЖВАЩИЯТ
МЕХАНИЗЪМ, КАЗВА ОЛГА ВАСИЛЕВСКА



ЧАСТ ОТ ЕКИПА НА КОМПАНИЯТА

Здрави на работа... Това не е клише, родено от пандемията, или изискване към служителите, които идват в офиса. А е инициатива на млад предприемач в отговор на нейната човешка грижа за хората, с които рамо до рамо работи. Олга Василевска е мажоритарен собственик и управител на МВ Логистика и ето какво споделя тя:

Яна Колева

Екипът е сърцето на всяка компания. Особено в сферата на услугите, където предлагаме компетентност и експертност. И ако хората не подхождат със страст към работата си, услугата няма да е на ниво. Живеем във високотехнологично време, технологиите позволяват по-динамично да развиваме бизнеса. В началото на 90-те години моят баща работеше с телекс и компютър, който беше много мощен за времето си, но вече се е превърнал в спомен.

Телекът играеше основна роля в комуникацията с международните партньори и си представете каква беше скоростта на бизнеса, щом се получаваха и запитвания по пощата. Днес без технология сме с вързани ръце, тя е наш инструмент, но хората са задвижващият механизъм. Сега всичко е така динамично, че екипът трябва да влага

МНОГО ГОЛЯМА ЕНЕРГИЯ

в работата си. И за да я имат, хората се нуждаят от пълноценен живот. Това е ос-



ъзнаване, което през миналата година ясно се избистри у мен по време на голямата COVID криза. Започнах да обръщам повече внимание на себе си и трансформацията започна. Видях какво ми се връща и поисках същото и за своя екип. Така се роди инициативата „Здрави на работа“. Всеки месец се срещаме със специалисти от различни сфери, които ни запознават с широк диапазон от аспекти на здравето и на нашата физическа устойчивост.

Представихме йога като философия за движение и свързване с тялото. Допълнително инструктор състави поредица кратки гимнастически упражнения, които практикуваме всеки ден в офиса. В тренинга за мобилността като решение на болките в тялото практикувахме клякане, изпълване на лост и правилен седеж на стол. В поредицата включваме разнообразни

теми

сред които безглузеното хранене като алтернатива за справяне с автоимунни заболявания. Имаме разговори със специалисти за психичното здраве, за здравето на тялото, на кожата, на зъбите. При нас гостува и вокален педагог, който представи научни изследвания за влиянието на пеенето върху хормоналната и нервната система.

Друг важен проблем, който обсъдихме, бе грижата за заобикалящата ни среда - как да променим навиците си, за да намалим до минимум боклука. Експерти от Мрежата за опазване на околната среда ни запознаха с методите за преработване на биологич-

ния отпадък и превръщането му в почва, представиха ни решения за по-здравословно съхраняване на продуктите в хладилника.

От всяка среща всеки от нас взема по нещо, като получава и

импулс да развива себе си

Вече добре разбираме, че грижата за здравето е най-съществена, искаме ли да имаме енергията да работим и да разрастваме бизнеса си. Затова инициативата „Здрави на работа“ се радва на силен интерес в офиса и в края на миналата година тя беше оценена най-високо от екипа. По този начин успяхме да възродим ентузиазма си за усъвършенстване. В резултат на всичко това се промени атмосферата в офиса, което силно повлия и на отношението към работния процес.

Тези срещи се провеждат веднъж в месеца. Това става в сряда следобед, когато работата ни позволява да спрем за един час. Като следствие грижата за общото пространство се промени. Създаде се по-голямо

уещане за свързаност

между всички нас. Така офисът стана не просто работно място, а територия, където учим нови неща и постоянно се развиваме. Инвестицията в здравето и щастието на хората се превърна в нова платформа за общуването помежду ни, всички усетиха колко важни и незаменими са. Подобри се и качеството на бизнес процесите. Ето защо грижата за служителите минава през грижата за тяхното добро здраве и силен дух. Здрави хора, здрава работа. 🌱

Профил

Олга Василевска е вече трето поколение спедитор. Нейният дядо Васил Василевски е работил в „Деспрег“ и СО МАТ, някогашните държавни превозвачи. Баща ѝ Минко Василевски има заслугата „Шенкер“ отново да се завърне в България през 1993 г. През 2008 г. той дава началото на MW Логистика. Когато през 2012 г. внезапно си отива, Олга поема кормилото на управлението. Тогава тя е само на 24, без никакъв управленски опит. Но успява бързо да навлезе, като претърпява голяма житейска трансформация и израстване. През това време компанията върви нагоре, създават нови продукти и разширяват територията на действие. Вече са в нов офис. Екипът е от 15 човека. Пред тях има големи мечти и големи перспективи, които тепърва ще осъществяват. Партнират си с германския спедиторски концерн Emons Spedition и това им дава стабилна основа и по-голям мащаб в дейността. Разрастването на MW Логистика се дължи също и на лично отношение към всеки клиент и на внимателния подход към всеки негов казус.

НО

Швейцарското



СНОВАТА СИСТЕМА ЩЕ ЗНАЕТЕ КАК ДА ПРОДАВАТЕ ПОВЕЧЕ, НО И КАК ДА ПРОИЗВЕЖДАТЕ ЦЯЛОСТЕН ПРОДУКТ НА ОПТИМАЛНА ЦЕНА

✍ **Татяна Явашева**

Няколко жаби подскочали из гората, но внезапно две от тях паднали в една дупка. Като видели колко е дълбока, другите решили, че с двете е свършено. Потърпевшите обаче не искали да се предават толкова лесно и с всички сили се опитвали да изскочат. Останалите ги гледали и коментирали, че усилията им са напразни. Накрая едната се обезкуражила, паднала и умряла. Другата обаче продължила да скача с все сила, макар всички горе да я съветвали да се откаже. И успяла да се измъкне от дупката. Когато я попитали не е ли чула какво ѝ говорят, жабата им обяснила, че не е добре със слуха и че през цялото време си мислела, че я окуражават.

Тази притча ни припомня Орлин Митшев, консултант и тренер по продажби. Когато всички му казвали, че пандемията поставя в дълъг застой фирмените обучения, той отказал да ги чуе. Останал глух и за твърденията на някои, че в продажбите нищо ново рабо-

мещо не може да бъде измислено. И след като не получил обезщетение за времето на затваряне на бизнеса си, се заел да търси решение. И стигнал до извода: „Когато видиш, че няма изход от дадена ситуация, смени гледната точка към същата ситуация, за да провериш дали няма да се намери вход към нещо ново“. Решил, че вече не иска да работи по чужди правила, а е време да създаде свои. Така в началото на април тази година започнал да популяризира иновативна швейцарска продажбена система, разработвана от 2016 г. насам. С нея отново помага на търговците да се справят с проблемите в продажбите, като първо самият той става „клиент“ на продукта, който ще продава.

Мотивацията

и вътрешната настройка са ключов момент, за да свикнем да живеем в свят на несигурност. Защото след всяка криза идва друга криза, която става по-силна от предишната. Важният въ-

ЖЖЩЕ в продажбите

прос е дали след първия неуспех ще се откажете. Дали един футболист след загуба на отбора с 5:0 веднага ще смени професията си, или ще се амбицира да подобри качеството на своята игра, казва Митушев. И обяснява, че тренира клиентите си, а не ги учи. Отказва да работи с хора, които нямат амбицията да развият нови умения, и подбира такива, които имат страстта да стават още по-добри. Защото в продажбите трябва да се откажеш от стари похвати, макар там вече да има измерим резултат, и да придобиваш нови умения, които трябва да се шлифоват, докато доведат до очакваните по-високи постижения. Както твърди Хипократ, преди да лекуваме човека, трябва да го убедим да се отърве от всички вредни навици, които са го довели до това заболяване. Търговецът, който вече е програмиран, трябва да смени програмата си за продажби. За компанията той е коняк пред каруцата и локомотивът пред влака. Не умее ли гъвкаво да продава, компанията няма да просперира.

„Само допреди няколко години вярвах, че ако добре си усвоил работеща продажбена система и се движиш по схемата, нещата вървят. Сега обаче на преден план излезе

настройката

Както при китарата – ако струните са прекалено натезнати, те се късат, ако са прекалено отпуснати, инструментът звучи фалшиво. Затова майсторството е в това да си глух за негативизма на гругите, които казват, че нищо няма да излезе от новия ти опит да препрограмираш продажбената си настройка“, обяснява консултантът. Пандемията промени пазарите, хората и техните нагласи, продуктите, търсенето... Затова Митушев тренира търговците на бърза реакция на постоянноменящата се ситуация. Тук магическото копче е в адаптирането към всеки отделен клиент, защото в продажбите не бива да има конфекция. Трябва да разбереш кое за отделния клиент се явява индивидуалната специфична стойност: Един се интересува от гроздето, за да направи вино, а друг – от семките, за да извлече маслото от тях.

Идеята какво да се произвежда трябва да дойде от продажбите, защото търговците виждат какво търси клиентът, на какво реагира пазарът.

Продуктът става бутиков

– към стандартния продукт добавяме нещо, специално пожелано от конкретния клиент. Цената е такава, каквато е готов да даде клиентът, и това също се проучва. Основният момент за повишаване на продажбите е индивидуалният подход, при който продуктите и услугите се конфигурират съобразно изискванията и потребностите на купувача. Но той трябва да бъде питан и изучаван като навици и ценности. Ако търси жилище, човекът има определени изисквания към него. Той е склонен да даде повече пари, за да получи идеалния за него дом. Но трябва да сте наясно как без натиск да се ориентирате какво е готов да инвестира.

Основният критерий, когато предлагаш определен продукт на конкретен клиент, е колко би платил за него. Клиентите се филтрират и се търсят по зададени критерии, за да не се работи

на празни обороти

Първият подбор става с контакт по телефона. После се прилага алгоритъм, който или води до продажба на този клиент, или достатъчно рано разбираш, че не си струва да инвестираш време в него. Тази нова система е за търговци, които продават не просто продукт, а конфигурация от продукти. Например ако вземеш най-скъпата паста за зъби и я пакутираш заедно с най-евтината четка за зъби, пакетът 2 в 1 се продава по-лесно, тъй като клиентът става по-малко чувствителен към високата цена на пастата.

Новите продажбени умения са

висш пилотаж

в чиято конкретика тук не влизаме. Те стъпват върху старите техники, но са крачки напред в индивидуалния подход към клиента. Тази система е за хора, които проявяват гъвкавост. Ако произвеждат клечки за зъби, те ще са готови да добавят паста и четка за зъби, вода за уста, конци за зъби или груго, което клиентът в пакет е готов да купи... Новата продажбена система Орлин Митушев споделя само с хора, които горят вътрешно в желанието да се развият.

Така и тази криза ни дава шанс да излезем от нея по-силни. 📞



АКО ТЪРГОВЕЦЪТ НЕ Е В СЪСТОЯНИЕ

да промени начина си на мислене по отношение на работата с клиентите и търговския си подход, той става „вечно вчерашен“. Промени ли своята нагласа, за него може да настъпи нов период в продажбите.

Орлин Митушев

CUP FEEE

или как да се откажем
от пластмасовите чаши





CÚPFFEE

Nice to eat you!

ИНОВАЦИЯТА, ТРЪГНАЛА ОТ ПЛОВДИВ, ВЕЧЕ ОБИКАЛЯ СВЕТА

Яна Колева

Много от удобствата, с които човечеството свиква, започват да създават проблеми. Това стана и с пластмасата, която се превърна в един от най-големите замърсители на планетата – чрез приборите и съдовете за еднократна употреба, по-голямата част от които въобще не се рециклира. Проблемът едва ли ще се реши със забрани и „обявяване война на...“, а чрез създаване на алтернативи и култивирание на нови навици у хората.

Made in BG

Сирфее е новото предложение за интелигентния консуматор, който създава нуждата от промяна в глобален мащаб. Компанията произвежда ядливи биоразградими чаши за кафе. Ето защо Сирфее е бизнес от ново поколение, носещ послание към хората с факта, че е едновременно иноватор при бързооборотните стоки и класически производител. „Пластмасовите опаковки започват да излизат от употреба и се заместват от опаковки от биосъобразни материали, чиято основна цел е да се редуцира голямото количество отпазъци. Именно нуждата от алтернативно решение на този проблем ни вдъхнови и така се роди идеята за Сирфее, която се превърна в наша мисия“, казват от компанията.

Началото

Първата стъпка е да осъзнаеш какъв точно е проблемът, а втората – да намериш неговото решение. За основателя на Сирфее Мирослав Запрянов този проблем е огромното количество пластмасови чаши за еднократна употреба, които остават извън следващ цикъл на преработка. През 2014 г. той възражда стара своя идея и с подкрепа от приятели започва да я разработва и усъвършенства, докато не постига целта си – ядлива чаша с уникални характеристики.

Финансиране

Бизнесът стартира чрез влагане на

лични средства за създаването на фирмата. Но скоро след това печели подкрепата на ангелски инвеститори. А с помощта на банков кредит през 2021 г. производството се автоматизира и разширява. Компанията и екипът се разрастват, отварят се нови хоризонти за развитие.

Технологията

Освен че е алтернатива на класическите чаши за еднократна употреба, продуктът има добавена стойност за клиента. Вафлените чаши не променят вкуса на кафето, а самите те са вкусни и затова са „бисквитката“ към всяка напитка. Чашите се произвеждат изцяло от натурални и екологично чисти суровини – предимно зърнени продукти. Технологията на производство е специфична и патентована. Машините са специално проектирани и разработени. Рецептата е фирмена тайна и гарантира качеството и характеристиките на продукта.

Патентна защита

Използването на патентни защиты в днешно време е задължително, особено

при иноваторски продукти. Затова всяка рецепта, дизайн и изменение на технологията в Сирфее се защитава по всички възможни начини.

Дистрибуторска мрежа

За да достигат до всеки клиент, Сирфее изгражда дистрибуторска мрежа, която вече обхваща доста страни по света. Тази мрежа расте, появяват се нови партньорства, като сред големите клиенти са Lavazza, LIDL, Sathay Pacific. В цял свят българската Сирфее е единственият засега производител с автоматизирано производство на биоразградима вафлена чаша, годна за консумация, отговаряща на международни стандарти, уверяват нейните създатели. В момента се разработват няколко нови продукта, които скоро ще бъдат показани на пазара. „Ако срещнете Сирфее у нас или в чужбина с различно лого, то не е защото имаме конкуренти, а защото работим и с индивидуални и персонализирани етикети, направени по изискване на клиента“, уточняват от компанията.



Само небето е таван

„Защо трябва да има таван и граници? В Сирфее вярваме, че заедно можем да надминаваме всички очаквания. Иноваторското мислене ни отвъжда отвъд всяко ограничение. През последната година и половина например увеличихме нашите производствени мощности десетократно. Представете ли си какво ще се случи след още 5 години!“, казват от компанията. На този етап никой не иска и да мисли да продава само машините и технологията, за да постигне мащаб. В Сирфее нямат съмнение, че България е привлекателно място за инвестиции и целта им е тук да изградят още по-голямо и по-модерно производство.

Пазарна експанзия

Пазарната експанзия е естествен процес за всяка компания. Клиентите сами ги търсят, преди някой от пловдивския екип да се е свързал с тях. И като се има предвид липсата на конкуренти, перспективите пред този бизнес са огромни. Намалването на производствените разходи заради мащаба и високото качество на продуктите гарантират високи резултати. Добрата новина е, че



очакванията на екипа се оказват по-малки от очакванията на клиентите и дистрибуторите на Сирфее. Изчисляват, че всеки ден в света се използват над 400 млн. чаши за еднократна употреба. Техните вафлени чаши може да заемат 1% пазарен дял, което само по себе си е голяма експанзия.

Сирфее се качи на борда на авиокомпанията на Обединените арабски емирства Etihad Airways. Въпрос на вкус и удобство, нали... ☺

Вкусният начин да се пести

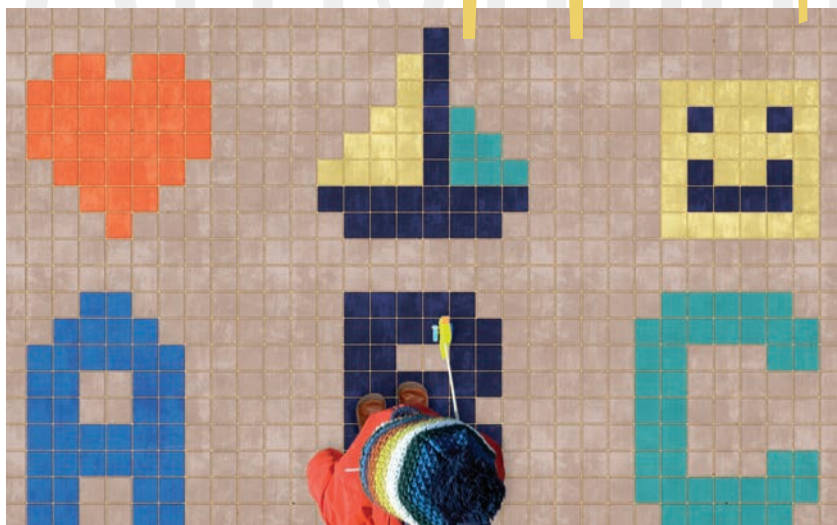
Ниската цена радва потребителя, но много често на даден продукт се гледа едностранчиво – просто като цена на продукт А спрямо цената на продукт Б. При сравняване на чашите Сирфее с порцеланови и стъклени аналози се вижда, че при сервиране на каквато и да е напитка във вафления вариант се избягват разходи за измиване и сушене на ползваните чаши, пести се от препаратите за миене... Има разходи за всяка чаша, сервирана в заведение. Не е за подценяване и опасността за пренасяне на вируси и бактерии чрез чашите за многократна употреба.

При картонените съдове тези разходи ги няма, но те пък имат пластмасово фолио от вътрешната страна, което при висока температура се разтопява и попада в горещата напитка. Енергийните разходи за производството на една картонена чаша с размер, подобен на Сирфее, са почти 3,5 пъти по-високи, изчисляват създателите на вафлените чаши.



Вторият живот на

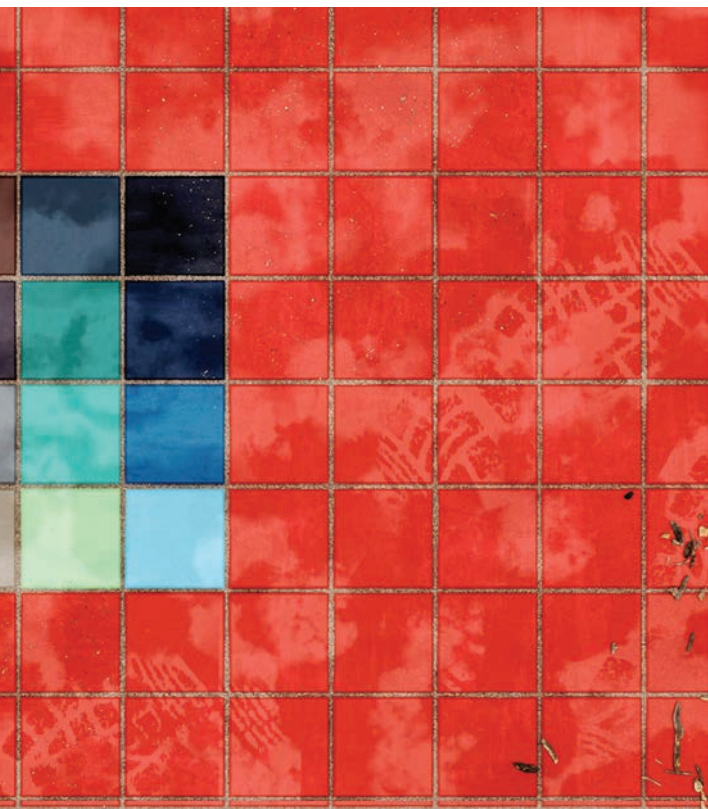
ОТПАДЪЦИТЕ



БЪЛГАРСКИЯТ СТАРТЪП WASTEFUL РАБОТИ ВЪРХУ СЪЗДАВАНЕТО НА НАСТИЛКА ОТ НЕРЕЦИКЛИРУЕМА ПЛАСТМАСА И ДРУГИ БЕЗПОЛЕЗНИ МАТЕРИАЛИ

✍ **Татяна Явашева**

Всеки отпазък е ресурс, но човечеството избягва да мисли за това. Все още се подценява както личната ни отговорност, така и ангажираността на обществото като цяло за събата на отпадъците. А всичко, което днес изхвърляме, се пише на кредитната карта на поколенията след нас. Крайно време е да започнем да създаваме нови технологии за оползотворяването на отпадъците, казва Иван Боров. Той вижда глобален проблем, а с оптимизма си, че може да го реши, създава Wasteful – компанията, чиято мисия е да се бори с прехосничеството.



Две в едно

Първата разработка, върху която Wasteful се фокусира, е създаването на продукт за инфраструктурата. Използва се пластмаса, която не подлежи на рециклиране, но чрез иновативна технология може да се превърне в настилка. Вместо да бъде изхвърлена на сметището или изгорена, тя придобива нова функция като строителен материал. Така имаме по-чиста природа, но и нов продукт.

Рецензата

От пластмаса, пясък и отпадно стъкло се получава композиционен материал за направата на павета, плочки, тухли или керемиди. Решението е подходящ защитен слой на повърхността, който да придава по-голяма здравина, да предпазва от разрушителното влияние на слънцето, киселинните дъждове и солена луга, но да позволява и по-добро сцепление на настилката, като я прави по-малко хлъзгава. За цел-

та се ползва отпадък от минната индустрия - шлака, или летяща пепел от ТЕЦ-овете.

Животът на продукта

Стремежът е иновативната настилка да издържи поне 30 години на натоварена експлоатация в големия град, което би бил по-добър вариант от бетонната и асфалтовата настилка. Разбира се, качествата на гранитните или на софийските жълти павета остават ненадминати, но все пак се разработва продукт, който не просто дава втори живот на отпадъка, а предлага устойчива алтернатива на бетонните изделия, които са с голям въглероден отпечатък. Това също е част от „цената“. Освен всичко, 30 години по-късно тази настилка може отново да бъде рециклирана и нейният живот отново да се удължи. Настилките от повторно оползотворени материали ще напомнят на хората да оставят



СЛЕД НАГРАДАТА ОТ BEYOND (ОТ ЛЯВО НАДЯСНО): ИВАЙЛО ВЪТОВСКИ (BEYOND PRE-ACCELERATOR), МАРТА МИХАЙЛОВА, ИВАН БОРОВ, АЛЕКСАНДЪР ПЪРВАНОВ И МАЛВИНА ИЛИЕВА (BEYOND PRE-ACCELERATOR)

ЧОВЕЧЕСТВОТО РАЗПОЛАГА С МНОГО УДОБСТВА,

които се превръщат в отпадък - прибори за еднократна употреба, опаковки, маски, памперси... Време е да се научим да изхвърляме отговорно, като създадем и технологиите за „завъртане“ към следващата употреба. Винаги някой плаща цената - ако не за рециклиране, то за последствията от замърсяването. Колкото повече обръщаме внимание на проблема, толкова по-близо ще сме до неговото трайно решение.

Иван Боров



по-малък отпечатък върху планетата, а това може да става като продължават да рециклират и да намират подходящо приложение на всеки отпадък. Новата технология ще позволява настилките да се произвеждат близо до отпадъка и до мястото на тяхното използване, което допълнително ще оптимизира целия цикъл и ще намали емисиите.

Идеята

„Живея в центъра на София и от години ме гразни фактът, че скоро след всеки ремонт плочките по тротоарите се износват и трябва отново да се сменят. Това води до голям разход на обществен ресурс. Затова започнах да мисля за създаването на нещо по-добро“, казва Иван Боров. Той стига до идея, която сама по себе си не е нова, тъй като на различни места по света има не един иноватор, предложил настилка от нерещикуруема пластмаса. Нерешеният до момента проблем е как да се гарантира достатъчно дълъг живот на тази настилка, без да се отделя микропластмаса при старенето на материала. Wasteful се насочва да намери отговор на точно тази задача.

Екипът

Иван Боров е завършил интериорен дизайн в Милано. Завърнал се е в България и тук се радва на добра професионална реализация. Но темата за втория живот на отпадъците се превръща в негова кауза. Открива съмишленици в лицето на Александър Николов, докторант в БАН; Александър Първанов – брокер с добри връзки в строителната индустрия, и Марта Михайлова, която е маркетинг специалистът на екипа с нестихващ ентузиазъм към зелената идея. За последната една година чрез обучителните програми и желанието за решаване на проблема са се сработили като добре информиран екип. И четиримата гледат в една посока: „Боклукът“ може да бъде вкаран в кръговрата за използването на ресурсите и така да получи допълнителна стойност.

Според Wasteful големият въпрос е да му намерим достойно приложение, за да не отиде на бунцието: „Дългосрочната ни цел е да променим отношението на хората към консумацията. Но голямата спънка пред индустрията и кръговата икономика е цената на събирането и разделянето на боклука, нея трябва да преодолеем“.

Финансирането

Отпадъците са недооценен ресурс. Парите обаче са резултат, а не цел. Дадем ли решение на този голям проблем, парите ще дойдат като следствие. Никога в историята на човечеството парите не са били мотиваторът за най-гениалните открития, вярват в Wasteful. Затова на първо време финансирането става с лични средства, търси се европейска финансова подкрепа, а също национални програми, подпомагащи екоиновациите. Добре дошли са и бизнес ангели, които вярват, че усилията за решаване на този глобален проблем си струват. Екипът има какво да покаже като прототипи, „тежест“ дава и успешно завършената програма по

американски модел от Founder Institute. Отличията вече са три и те дават кураж на „Великолепната четворка“ да продължава напред. Едната награда е от Центъра за иновации и технологии във Виена, получена през миналата година, втората е от преакселераторската програма Beyond, завоювана през юни 2021. Третата получиша през юли - наградата „FedEx Access Award“ от JA Europe entrepreneurship festival Gen-E.

ГлобалНО

Екипът на Wasteful е малък, но има силата да призове: Ако всеки преосмисли прахосническото си отношение към планините от боклук, който генерира, ще помогне първо на себе си, после на поколенията след нас, а и на самата природа да се справи с нашия отпечатък. Нека не стигаме дотам да оценим това, което имаме, през неговия недостиг. Ресурсите не са безкрайни. Всичко е въпрос на време и по-добре да започнем по-рано, отколкото след като е станало късно, да мислим за кръговата икономика. 🌱



ОТВ ИСОКО
СЕ ВИЖДА
ПОВЕЧЕ



ОШЕ.bg

Господари на ДУМИТЕ

Тони Григорова

Който иска да се „продаде“, е добре да се научи да говори кратко и да е готов да представи себе си, идеята си дори в най-изненадващ момент. В бизнеса трябва да продавате и ако нямате продажби, просто нямате бизнес. Първото, което може да направите, ако искате да сте успешни, е да промените отношението си към говоренето. И да приемете, че с всичко, което правите пред другите, и с онова, което излъчвате, на практика „продавате“ себе си. Онзи, който е на върха на един голям бизнес, той пък продава историята на успехите си - така започва разговорът ни с Васил Чобанов. В своята кариера той е здраво свързан с публичната комуникация и затова е създал своя малка консултантска фирма, наречена „Чобанов консултинг“.

Opum

„Работата ми е да помагам на предприемачите в желанието им да станат по-добри. Част от професионалното ми мото стана мисълта на Стив Джобс, че половината от това, което разграничава успешните от неуспешните предприемачи, е постоянството“, признава Васил Чобанов. В своя богат карьерен опит той е опитвал какво ли не, но главното е, че е юрист с голяма публична и медийна практика. Заемал е ключови позиции в четирите власти - съдебната, законодателната, изпълнителната и в обществената медия БНР, където е бил директор на програма „Хоризонт“. Натрурал е сериозен институционален и PR опит. Този широк кръг от знания и умения вече му дава основания да се изявява и като консултант, който учи другите да изградят и да оптимизи-

рат своята корпоративна идентичност, позволява му да води обучения за поведенчески стил и култура, по публични комуникационни и презентационни умения, по кризисен PR. Наясно е как следва да се лобира. За него не е проблем разработването на фирмени и продуктови стратегии. А като човек, който цени минутата, умее да въвежда и в тайнството на доброто управление на личното време.

Бизнес доктор

Чобанов често влиза в ролята на „бизнес доктор“ или на „личен лекар“ на предприемачи. Но както при всяко лечение, е нужно време, трябва много усилия, търпение, упорство от страна на пациента и стриктно спазване на указанията, дадени от лекаря. Със свои клиенти, който кандидатства за висока позиция, той работи почти 3 месеца върху една 10-минутна реч, която ще трябва да бъде произнесена пред елитна аудитория. Започват от първоначалния скучен административен текст, който минава през поредица от редакции, като целта е изреченията да станат кратки и лесно разбираеми. Включва се и специалист по публична реч, за да бъде всичко ошлайфано - и като разговор, и като реторика. В деня X на осмата минута речта приключва, следват овации и одобрение на кандидатурата. Заг казър остават множеството релетиции пред огледало, аудио и видео записите, които са необходими, за да се направят корекции в говора, в езика на त्याмото, да се даде предимство на жестовете и мимиките. „Ако искаш да те чуят, трябва да направих пауза, преди да кажеш най-важното си послание. Говориш ли „като картеница“, каквото и да



**ДОБРИЯТ
ПРЕДПРИЕМАЧ
УМЕЕ ДА
ПРОДАВА ИСТОРИЯТА
НА СВОЯ УСПЕХ, ТВЪРДИ
ВАСИЛ ЧОБАНОВ**

кажеш, то няма емоционално да докосне аудиторията“, уверява Чобанов.

Кратката реч

Всеки ден някой очаква от нас да говорим кратко, но това е нещо, което най-трудно усвояваме. Срещаш съседката по стълбите и докато се разминавате, тя те пита: „Какво толкова правите?“, а ти трябва само в 2-3 изречения да ѝ отговориш, тъй като тя вече може да е отминала. Мнозина са чували за асансьорната реч (англ. elevator pitch), но колцина я умеят. Това е свръхкратка форма, в която трябва по завладяващ начин да се представи идея за продукт, услуга, проект или пък самият човек. Но как се учи това, как се тренира и с кого... Има много неща, които не се преподават в университета, но човекът, който прави бизнес, трябва да ги знае.



Тайната

Съветът на консултанта към младите напористи предприемачи, които търсят финансиране и партньори: „Ако се представяте пред българи, трябва да говорите правдив български език. За всичко останало е добре да намерите онзи „бизнес доктор“, който да ви каже какво друго ви трябва, за да може да развиете по най-добър и разбираем начин своята идея, своето предложение. Това е пътят, за да те изберат и да те поканят да станеш част от онзи бизнес, който си харесал. Емоцията в такива случаи много помага, но хората с позиция и с финансови възможности трябва да видят съответни качества у теб. Опитай да изградиш своя модел и намери най-добрия, който да ти помогне за това. А само част от „тайната“ е да бъдеш интересен и забавен, за да бъдеш предпочетен“.

Почтеност

Не всички играят по правилата и понякога в бизнеса, както и на футболния терен, има ритане по кокалчетата. Затова внимавайте конкуренти или зложелатели да не ви „сготвят“. С черен ПР може да се опитат да ви отстранят от ниша, която вече сте заели. Разбира се, има основни етични правила, които трябва да се спазват, макар и да са неписани. Но има извънсистемни играчи, на които не дадем ли отпор, ще ни презаят. Добрият предприемач реагира на всичко и ако не знае как, намира кой да му подсказе верния отговор, твърди Чобанов.

Нещо, на което той отделя специално внимание: Всичко, което правим, е важно да бъде съобразено и с обществения интерес. Ако обществото не е намерило хората, които са му нужни, и не е сложило тях на

ключовите места, тогава общественият интерес с лекота може да бъде пренебрегван. Но за всеки консултант неписаните етични правила трябва да са задължителното условие, изнесено пред скоби на задачата, на която трябва да се търси решение.

Крем карамел

И накрая: Всеки трябва да има своята история, която да може да разказва кратко. Ако е по-дълга от три минути, няма да ви чуят. Представите ли я завладяващо, хората ще искат да научат повече и ще са готови да ви слушат още и още. И когато им кажете, че най-новото е да правите крем карамел например, те ще се учудят и ще попитат защо им казвате точно това. Защото продължавам да раста и с крем карамел мога да ви нагостя, докато си говорим за бизнес... ☺

• ПОЛЕТ •

КОСМИЧЕСКА ЭКСПАНЗИЯ





ЕКИПАЖЪТ НА BLUE ORIGIN СЛЕД
КАЦАНЕТО (БЕЗОС Е С ШАПКАТА)

ТОЗИ ПЪТ ВСИЧКО Е БИЗНЕС... ИЛИ НЕ СЪВСЕМ

▲ Александър Александров

Когато през далечната 2004 г. британският милиардер Ричард Брансън обяви, че ще прави космическа компания, малцина бяха впечатлени. Известен със своите рекорди за най-бързо прекосяване на Атлантика и на Тихия океан с балон и дори с това, че е обслужвал пътниците в самолета на свой конкурент, преоблечен като стюардеса, заради изгубен бас, той трудно би могъл да изненада някого с ексцентричността си.

Когато обаче съобщи и цените за туристическите полети на неговата новосъздадена компания Virgin Galactic до границата на Космоса, реакциите бяха много по-различни. Обещанието тогава беше, че всеки би могъл да изпита безтегловност и да види Земята от 100 км височина срещу едва 200 000 щ. долара. За справка, първият космически турист Денис Тито е платил цели 20 милиона щ. долара, за да прекара няколко дни на руския кораб Союз. Обявената от Брансън сума е 100 пъти по-ниска и на практика може да бъде сравнена с цената за не особено скъпа къща в Драгалевци. Това означава, че всъщност всеки шо-годе успял човек по света би могъл да си позволи да достигне преддверието на Космоса. Не е учудващо, че веднага след създаването на Virgin Galactic последваха стотици резервации, сред които личат имената на известни актьори и предприемачи. А Брансън в типичния си оптимистичен стил обяви, че туристическите полети ще започнат след година или две.

Повече от 15 години по-късно, след многобройни тествове и една ката-

строфа с човешка жертва, първият полет с реални туристи и със самия Брансън на борда се състоя миналия юли от първия частен космодрум Spaceport America в Ню Мексико. Междувременно за периода от шумното създаване на Virgin Galactic го

историческия старт

частната космическа индустрия се разви със зашеметяващи темпове. В нея навлязоха технологични милиардери като Илън Мъск (със своята SpaceX) и Джеф Безос (с Blue Origin). Други като основателя на гейм издателството id Software Джон Кармак дори вече се отказаха, след като инвестираха немалко пари. Днес частна компания транспорттира американски астронавти до Международната космическа станция и развива глобална спътникова интернет система, а друга обмисля да изгради станция в орбита около Луната.

Секторът се развива изключително динамично и това, което се случи през юли, на практика не е най-важната стъпка по този път. То имаше най-вече ПР значение, привличайки погледите на масовата общественост заради имената, които се включиха в полетите. Тогава в рамките на десет дни първо Брансън, а след това и Безос полетяха в свои собствени кораби до границата на Космоса. Вдигналият се шум изигра роля най-вече да подчертае очевидно: частната космическа индустрия вече е тук и ще остане.

До този момент в човешката история космическите туристи бяха общо седем. Със старта в дейността на Virgin Galactic и останалите компании, техният брой обещава да нарасне до стотици, а в перспектива – дори

хиляди. Вече се говори за изграждане на

хотели в Космоса

с всички удобства за богати госте, които ще могат да си почиват или да обсъждат бизнеса си, гледайки Земята от орбита. Привилегия, която досега са имали само астронавтите на Международната космическа станция.

И Брансън, и Безос вече обявиха, че възнамеряват да печелят от космически туризъм. Този подсегмент обаче е много малка част от целия нововъзникнал сектор, който включва още извеждане на сателити в орбита, транспортирането на хора и товари, сателитните интернет услуги, изграждане на орбитални станции, а в по-далечна перспектива – дори минодобив на астероидите.

SpaceX на Мъск например от самото начало се насочи към извеждането на спътници, което вече ѝ носи не малко средства. Дори Брансън, който първоначално демонстрира интерес единствено към туризма, вече създаде и гъщерно дружество за изстрелване на малки сателити – Virgin Orbit. Очакванията са все повече частни играчи да навлизат в този сектор, докато други като Робърт Биглоу осигуряват модули за живот в Космоса. Техните амбиции обаче отстъпват по своя мащаб на тези на Мъск, който неведнъж е обявявал, че цели ни повече, ни по-малко от заселването с хора на друга планета – Марс. И в перспекти-





Virgin Galactic

ва - превръщането на човечеството в космическа цивилизация.

Милиардери превземат Космоса - това сякаш беше основното послание след полетите на Брансън и Безос през юли, които в чисто техническо отношение не бяха нещо особено и дори има спорове дали могат да се нарекат астронавтика. Съвсем логично последваха и

множество критици

в стил „защо първо не решат проблемите с бедността на Земята, преди да летят в Космоса“. Повечето анализатори, следящи бранша

отдавна, обаче припомнят, че частната космическа индустрия има огромен потенциал да окаже позитивен ефект върху цялото ни общество.

Стоотиците нови компании в този сегмент ще генерират хиляди високо платени работни места и не на последно място - ще спомогнат за разработката на множество нови технологии. Това би могло да доведе до бурен ръст на космическите изследвания, да стимулира редица области на науката. И не на последно място - да доведе до иновации в множество обществени сфери - от земеделието, през телекомуникациите и услугите, базирани на местоположението, до транспорта.

Един бърз исторически поглед показва, че предприе-

мачите винаги са играли важна роля в навлизането на технологични промени около нас и подобряването на живота ни - независимо дали става въпрос за електрическото осветление, автомобилите или за интернет и мобилните приложения. Всичко това по един или друг начин е спомогнало в борбата с бедността, защото преди тези иновации да навлязат в живота ни, хората са прекарвали вечерите си на свещи, ходили са с километри пеша в калта и са умирали на много по-млада възраст, в сравнение с наши дни. Интересен пример е също, че глобалната мрежа world wide web, която безспорно е подобрила живота на милиарди хора по света, е възникнала като страничен продукт от изследвания в сферата на ядрената физика в CERN. Можем само да гадаем какъв ще бъде ефектът върху иновациите и обществото ни от една масирана експанзия на частни компании в Космоса. ⑩

Изкуството да ПОБЕЖДАВАШ

ЛИДЕРЪТ ВОДИ С ПРИМЕР, НЕ СЪС СИЛА.

ВЪЗМОЖНОСТИТЕ СЕ УВЕЛИЧАВАТ, КОГАТО СЕ ИЗПОЛЗВАТ

2021-ва е година, белязана от политически битки. Войни гори, щом постигането на взаимен компромис има по-висока цена от това сраженията да продължават. Нарекохме случващото се шоу, театър, водевил, но то

не накара политическите играчи рязко да сменят реквизита и правилата на играта. Игра за власт, която обърна гръб на обществените проблеми.

Съветите на големите пълководци са приложими също в

повечето житейски ситуации, отнасят се до държавното управление, както и до бизнеса.

Ето гледната точка на двамата от най-великите, полезна и в нашите всекидневни сражения.

Сто пъти да влезеш в битка и сто пъти да победиш - това не е най-доброто.

Най-доброто е да покориш чуждата армия, без да се сражаваш.

Владетелят може да бъде сравнен с лодка, а народът – с вода. Водата може да носи лодката, но може и да я преобърне...

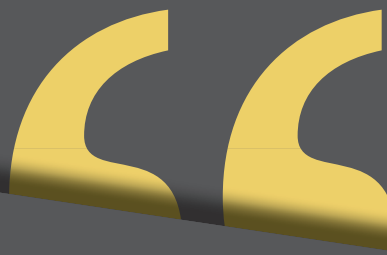
**Нападай врага, където е неподготвен.
Явявай се, където не те очаква.**

Победителите първо печелят, а след това отиват на война; победените първо отиват на война, а след това търсят начин да я спечелят.

Няма случай, в който някоя страна да е извлякла полза от гълга война.

Ако при голяма трудност си неизменно готов да се възползваш от всяка възможност, ще успееш да избегнеш бедата.

СУН ДЗЪ, китайски пълководец, стратег и мислител. Автор на книгата „Изкуството на войната“, написана в края на VI или в началото на V в. пр. н. е.



Винаги съм смятал, че достойнството на Републиката е по-важно от живота.

Нищо не е толкова трудно, че да не може да бъде постигнато със сила.

По-добре да съм първият в село, отколкото вторият в Рим.

Ако се проваля, това е просто защото имам твърде много гордост и амбиция.

Най-страшният враг се крие там, където човек не гледа.

По правило това, което е далеч от очите, смущава умовете на хората много повече от онова, което те могат да видят.

ГАЙ ЮЛИЙ ЦЕЗАР, римски пълководец и политически лидер, който остава сред най-влиятелните личности в световната история



ИКОНОМИКА

lifestyle



Корона от

МЕД

МАРИОН КОТИЯР
Е ЕДНО ОТ МНОГО
ИЗВЕСТНИТЕ РЕКЛАМНИ
ЛИЦА НА ПАРФЮМА



CHANEL NO. 5

**ТОЗИ
ЛЕГЕНДАРЕН
ПРОДУКТ
Е САМО ЕДНО
ОТ ВЪРХОВНИТЕ
ПОСТИЖЕНИЯ НА
ДИЗАЙНЕРКАТА,
КОЯТО ОТВОРИ
НОВА СТРАНИЦА
В ИСТОРИЯТА НА
МОДАТА**

Тони Григорова

Две неща правят жените незабравими – техните съзвонци и парфюмът им, твърдят французите. И ето какво казва американският драматург Артур Милър: „Може ли някой да си припомни лобовта? То е като да се опиташ да събереш мириса на роза в буркан. Може да видиш розата, но не и парфюма“. Има ли обаче начин тази словесна еквилибристика да се превърне в успешен продукт?

Магия

Да, щом един необикновен парфюм остава актуален вече цял век и през тази година светът отбелязва 100-годишнината от неговата поява. В интервю през 1954 г. на въпроса „С какво си лягате?“ Мерилин Монро отговаря с незабравимата фраза „Как с какво, с Шанел №5, разбира се“. Тогава това изстрелва продажбите му във висините. Но защо ли този парфюм още продължава да съблазнява?

Слава

Емблематичният Chanel No. 5 е признат като дамския аромат на XX век. Той носи авангардния дух на 20-те години, но славата му се носи и в новото столетие. Парфюмът с „аромат на жена“ и до днес е най-продаваният. Защо?

Появата

Chanel No. 5 прави истинска революция, тъй като го онзи момент тенденцията била в парфюма да преобладава само една съставка, като течността не съдържа никакви синтетични компоненти. Затова и ароматите били така нетрайни. Но става нещо, което превръща формулата на No. 5 в легенда. Парфюмът е разработен от парфюмериста Ернест Бо по поръчка на Габриел (Кoko) Шанел. Професионалистът е трябвало да създаде уникален аромат, асоцииращ се със стила и личността на френската дизайнерка, но и отразяващ чувствеността и сложната същност на съвременната жена. Резултатът е неустоимо ухание на цветя с доминиращи аромати на бергамот, момина съзвонци, жасмин,



КОКО
ШАНЕЛ
chanel.com

100 години ухание на жена

• МАРКАТА •



ПАРФЮМЪТ Е НЕВИДИМ,

незабравим, главен моден аксесоар. Той е сигнал за появата на жената и продължава да напомня за нея, когато тя си е отишла.



АКО СИ РОДЕН БЕЗ КРИЛА,

не прави така, че да ги спиращ да растат.

.....

УСПЕХА НАЙ-ЧЕСТО

постигат хората, които не знаят, че провалът е нещо неизбежно.

сандалово дърво... Парфюм, който се отличава от всичко познато дотогава на пазара. За производството на половин литър Chanel No. 5 са използвани един тон цвеля. Ароматната композиция съдържа над 80 съставки, сред които иланг-иланг, добиван от Мадагаскар и Майот, майска роза, цъфтяща едва три седмици в годината, както и специален сорт жасмин, който може да се намери само във френския град Грас. Това обаче достатъчно ли е, за да е продуктът уникален?

Специалната съставка

Смята се, че част от магията на този парфюм са и сантименталните спомени на самата Коко Шанел, вложени в него – тя държи да присъстват нотките на чисто спално бельо и ароматът на сапуна, използван от момичетата в сиропиталището, където тя отраства. Незабравим за нея остава мирисът на нейната майка, която работела като перачка и излъчвала чистота и свежест. Така се оформя концепцията за модерен парфюм с „Уханье на жена, а не на роза“. Направата му обаче освен всичко е химия и се пораждаат слухове, че свършеното



комбиниране на естествените съставки със синтетични субстанции се дължи на лабораторна грешка заради случайно прекаляване с алдехиди. Какво още е специално?


Силата на числото 5

Когато Ернест Бо представя на Коко Шанел няколко готови моестри, от които да избере, тя отсича – „Номер 5“. Новият парфюм се появява на 5 май 1921 г., в петия месец от годината. Случайно или не, но за Коко Шанел числото 5 става магическо, както обвит в мистика е и самият парфюм.

Chanel No.5 е иновация дори и като реклама. За първи път парфюм носи името на дизайнера, който го е създал, а лице на продукта е самата собственичка на компанията. Най-ранната реклама е от уста на уста. Коко Шанел организира изискани вечери, на които представя на дамите свежия аромат. През 1937 г. се появява и първата реклама в списанието Harper's Vазааг. Тя се състои от снимка на Коко Шанел в изцяло черна рокля и снимка на емблематичния парфюм, а в рекламния текст се казва, че неговото уханье е като нежна музика към завладяваща любовна сцена, той разпалва въображението и запечатва чувството в паметта. През 1957 г. се ражда рекламното мото: „Всяка жива жена обича Chanel No. 5“.

Звезден чаромат

Този е първият дамски аромат, популяризиран от мъж - през 2012 г. Снимката на актьора Брайан Пум е черно-бяла, а парфюмът се откроява със своя блясък. Марката и нейната реклама са се развивали във времето, но с тенденция да се подчертае иконичният образ на елегантност. В списъка със звезди, рекламирали парфюма през годините, присъстват Сузи Паркър, Катрин Денюв, Огюи Тому, Марион Котийяр, Кийра Найтли, Лили-Роуз Дип. Една от най-скъпите кампании е през 2004 г. с участието на Никол Кидман. Тогава Баз Лурман, режисьорът на „Мулен Руж“, създаде 2-минутен клип, за който се твърди, че е струвал 33 млн. долара, или около 300 хил. флакона от парфюма. Тази реклама влиза в Книгата на рекордите на Гинес като най-скъпата. През 2014 г. Лурман прави нов рекламен клип за легендарния парфюм – този път с участието на Жизел Бюндхен.

Парфюмът живее във времето – притежава и младост, и старост, и зрялост. Това твърди писателят Патрик Зюскинд в романа „Парфюмът“. Историята на Chanel No. 5 просто показва, че за 100 години „уханието на жена“ не остарява, намерена ли е вярната формула и на продукта, и на неговото предлагане във времето. 

Път

Габриел Шанел е родена през 1883 г. в Сомюр, Франция. Израства по сиропиталища, след като майка ѝ умира, а баща ѝ я изоставя заедно с четирите ѝ братя и сестри. За кратко е певица, а през 1910 г. отваря първия си бутик в Париж. До 1930 г. тя вече притежава модна империя, за която работят над 2 хиляди души. Превръща парадокса в начин на живот и вдъхновение. Отива си на 87 години през януари 1971 г. Тя е единственият моден дизайнер, включен в списъка на TIME за 100-те най-вдъхновяващи личности на XX век.



МЕДТА

първа сред металите

**НАЙ-СТАРАТА
КОРОНА
В СВЕТА Е
НАПРАВЕНА ОТ МЕД**

✦ **Мая Петкова - Константинова**

Медната епоха, или Халколитът, е един от продължителните периоди в културното развитие на човечеството, свързан с откриването на първия метал – медта. Тя поставя изцяло нов етап в развитието на цивилизацията, очертавайки пътя към използването на бронза (сплав от мед и калай). Известно време медта била „лудостта“ на света. В епоха, когато каменните сечива достигнали най-високия си етап, такава голяма промяна и нов материал били равностойни на абсолютно чудо. Медта – макар и нерафинирана и пластична, била жилава, здрава и много по-гъвкава от камъка. Чудесен метал за влагане в оръжия и инструменти, медта дала така необходимият пласък на онези племена и културни групи, които овладели процеса на обработка на новия метал.

Битка за доминация

Металургията се появява в южните части на Близкия изток през втората половина на V хилядолетие пр.н.е, когато оръжията и инструментите са изковани за първи път от мед. Непреработена медна руда била добивана на 100 км от селището Хорват Бетер в Йордания, показват археологическите разкопки. Изследователите установяват, че в революционните метални пещи на Хорват Бетер (днешна Беершеба) производството на мед е изисквало сложни за времето си познания за контрол на температурата, рудната смес и много други параметри, а крайният резултат е „като магия“.

И така, с възхода на медната епоха се формирали нови култури, появили се и нови форми на престиж. Икономиката също била подкрепена с доказателства за нови търговски пътища, нещо повече – акцентът е бил поставен върху културата на войните, особено на Европейския континент. Според археологията първите признаци на битки и погребения на воини

започват да се появяват с възхода на медната и бронзовата епоха.

Метал на властта и престижа

В повечето истории, които описват древни производствени работилници, авторите посочват, че „може би един ден археолози ще открият някое 6500-годишно медно съкровище“. И това в действителност се случва през 1961 г., когато при разкопки в Юдейската пустиня, близо до Мъртво море, изследователите откриват „Пещерата на съкровището“ Нахал Мишмар. Там те попадат на колекция от редки халколитни артефакти, вероятно изработени в иновативната древна пещ за металолеење на Хорват Бетер.

Най-старата корона

Най-старата известна корона в света е направена от мед. Тя е изработена преди 6000 години и е открита като част от съкровището на Нахал Мишмар. Определяна е от експертите като „предмет с огромна мощ и престиж“. Древната корона, изкована в пламъците на древна пещ, е с прецизна изработка, оформена като дебел пръстен, украсен с птици – лешояди, и с изображения на сгради с отвори. Смята се, че е използвана при специални погребални церемонии на влиятелни за времето си хора.

Съкровището на Нахал Мишмар, открито от археолога Песа Бар-Агон, се състои от 442 предмета, сред които най-старата известна корона в света. Датирването с въглерод предполага, че съкровището е от поне 3500 г. пр.н.е. В този период употребата на мед била широко разпространена в целия Левант, свидетелствайки за значително технологично развитие.

Най-добиваният метал

Медта се е използвала в цялата човешка история, като в течение на времето нуждата



МЕДНОТО СЪКРОВИЩЕ
ОТ НАХАЛ МИШМАР

от нея се увеличава. Днес тя е вторият най-използван метал в света. Заради антибактериалните си свойства се прилага дори в съвременната козметика. През последните години търсенето на мед на световните пазари бележи исторически ръст. Според официалните данни световният добив на метала е нараснал от 500 хил. тона през 1900 г. до 20,6 млн. т през 2018 г., или средно с 3,2% годишно.

Търсенето ѝ нараства значително повече от това на нефта, който през последните 20 години отбелязва ръст на добива от 1% годишно. Пандемията доведе до ограничаване на добива в много мини, особено в силно засегнатите Чили и Перу, откъдето идват около 45% от медните руди в света - концентрация, която представлява огромен и растящ риск за световната икономика. Всички

прогнози сочат огромен ръст на потреблението на мед - до около 60 млн. тона през 2050 г.

И макар че рядко я виждаме, медта е навсякъде около нас - в автомобилите, електроуредите, козметиката, в почти всичко, свързано с модерния начин на живот. Така металургичната иновация на дребните прогължава да властва в нашия свят хилядолетия по-късно. ☺

Днешната Стопанска
академия в Свищов е
изградена със средства
на родолюбивия
търговец, акционер
и предприемач



ДИМИТЪР ЦЕНОВ

който дари всичко за образованието

✍ Георги Георгиев

Има българи с огромен принос към националното израстване чрез инвестицията си в образование и просвета. Свищовлята Димитър Ценов е един от тях. За него ще разкажем...

Градът...

Преди Освобождението Свищов става център, където производителите карат пшеница, ръж, ечемик, овес и фураж, а свищовски търговци продават по Дунав. Градът се превръща в търговско средище за кожи, вълна, месо, мед, зеленчуци, плодове, розово масло, памук, коприна. В процъфтяващия

Свищов се заселват предприемчиви хора и едни стават търговци, а други се захващат да преработват докараните стоки. На свищовската скаля - пристанището със складовете, всеки ден пристигали параходи, гънци, каруци. По Дунава се доставят стоки, които поемат към вътрешността на страната, а българската продукция отплава към други държави.

... и неговият възход

Именно в Свищов Емануил Васкидович създава първото българско светско едино-българско училище и преподава на български, но и на гръцки, защото помагал в търговските дела. Свищов е град на пър-

вото българско читалище (1856), първата българска библиотека, първия български хор. По това време в Свищов има 45 търговски фирми, 200 търговски семейства, над 100 търговски кантори, над 750 занаятчийски дюкяна и над 200 магазина.

Семейството

Сред най-заможните хора е Апостол Ценов. През 1852 г. се ражда неговият син Димитър. Момчето завършва свищовското училище, учи в Търново, а през 1867 г. отива в търговската гимназия в румънския град Брашов (по онова време Кронщад). Там се учел чужди езици - според баща му гаранция за търговски успех. Но... през



КАДРИ ОТ СТРОИТЕЛСТВОТО И ОТКРИВАНЕТО



ПАМЕТНИКЪТ НА Д. ЦЕНОВ В СТОПАНСКАТА АКАДЕМИЯ В СВИЩОВ

1870-а пожар изпепелява пристанищните складове и семейството се оказва напълно разорено. Димитър се връща в Свищов.

Роднини

Чичо на Димитър е известният Димитър Ценович – той се замогва и в Букурещ и учредител и касиер на Българския революционен централен комитет. Димитър Ценов има три сестри. Едната се омъжва за свищовлията Никола Божинов и техният син е художникът Александър Божинов. По бащина линия съпругът е първи братовчед с известния проф. Иван Шишманов, един от създателите на Софийския университет и министър на просвещението, който пък по майчина линия е първи братовчед с Алеко Константинов. Другата сестра на Димитър се омъжва за учителя Петър Ангелов, делегатът от Свищов на Учредителното събрание в Търново 1879, гласувало първата Конституция на България. Третата сестра се омъжва за Никола Станчов, син на богат свищовски търговец. Незовият брат Димитър е личен секретар на Фердинанд, три пъти външен министър, посланик на Царство България в редица държави, а през 1907 г. дори министър-председател. Дъщерята на Станчов пък се омъжва за бъдещия политик, многократно министър и кмет на София Григор Начович. А втора братовчедка на Станчови е жената на Стефан Стамболов.

Път

Когато Димитър Ценов преждевременно се връща в Свищов, започва работа в кантората на Никола Станчов. За четири години си стъпва на краката и през 1874 г. се връща отново в Румъния. Започва работа в железниците и полага усилия да се самообразова. Освобождението през 1878 г. го заварва като предприемач на строежи на жп линии. През 1879 г. идва отново в родината и става чиновник в Министерството на външните работи. Но това го отегчава и започва бизнес - внася строителни материали и става представител на известни западно-



Д. ЦЕНОВ В КАБИНЕТА СИ ПРЕЗ 1906 Г.

европейски заводи. По онова време купи строителство в новата столица София и Димитър Ценов се замогва. Явно е сработила бащината му формула за успех, тъй като владее немски, френски, гръцки, турски и румънски, които е нагъздал с групи умения.

Предприемач

Заема се с предприемачество и в София построява водопровод, павира улици, прави сгради, строи жп линията София - Перник и Мездра - Враца - Видин, през 1907 г. построява циментовия завод край Златна Панега. Негова е идеята на концесия да се изгради петролен склад и нефтена рафинерия край Бургас, но правителството не одобрява проекта.

Филантроп

Две неща не прави Димитър Ценов – не става член на партия, за да не опорочи бизнеса си, и не създава семейство. Построява си къща в центъра на София, която вече не съществува. Подпомага бедни семейства и сираци, става един от най-големите дарители. През 1895 г. Димитър Хадживасилев дарява средства за построяването на първата в България Търговска гимназия в Свищов. През 1912-а Димитър Ценов става на 60 и прави завещание, с което дарява всичко, което притежава, за изграждането на висше училище в родния си град. От

1922 г. заживява под наем в болницата на Червеня кръст (сграда непосредствено до УМБАЛСМ „Н. И. Пирозов“). Там филантропът милионер прекарва последните 10 години от живота си. Умира през 1932 г. и тогава наследството му е оценено на 40 млн. лв.

Завещание

Волята му е след неговата кончина да се продадат ценните книжа и имотите му в София – къщата, места на ул. „Велико Търново“, „Оборище“, „Козлодуй“, „Братя Миладинови“ и „Искър“, на бул. „Сливница“ и „Мария Луиза“, към това да се прибавят банковите му спестявания. Капиталът да се остави на влог и да е неприкосновен, но стигне ли годишната му лихва 300 000 лв., да се учреди фонд с тях. И да се основе Висше търговско училище в Свищов, в което да се изучават търговски и финансови науки, банково и застрахователно дело, с авторитетни и подготвени преподаватели. От фонда да се отпускат достатъчно средства за издръжка на училището, а на групата ли се достатъчно лихви, да се построи и сграда...

На ползу роду

Висшето търговско училище в Свищов е открито през 1936 г.; сграда построяват през 1939-а и вътре племенникът Александър Божинов изрисува стенописи; киното и студентският стол са готови през 1942 г., а общежитията – през 1943 г. Периодът на висшето училище даряват Никола и Димитър Станчови. През 1943 г. „неприкосновенният“ капитал е 39 млн. лв., след 1944 г. милионите от наследството са одържавени. Висшето търговско училище става Висш финансово-стопански институт, а от 1995 г. е Стопанска академия.

„Като принасям своята скромна лепта на народния олтар, свършвам с благопожеланието щото българският народ да върви безспир по пътя на културния напредък и към постигане на своя идеал“ - гласи краят на завещанието на родолюбивия българин. И до днес неудобства причинява въпросът за отговорността към волята на големите дарители... ①

Нови книги от Сиела

„Големите грешки през Втората световна война“

под редакцията на
Жан Лопес и
Оливие Виевиорка

„Големите грешки на Втората световна война“ под редакцията на водещите френски историци Жан Лопес и Оливие Виевиорка се фокусира върху 20 ключови момента от глобалното противопоставяне, които могат да бъдат определени като стратегически грешки. Разглеждайки подробно двадесетте примера, изследователите се стремят да разберат мотивите за решенията, чиито резултат често се оказва пагубен. Книгата напомня на всеки читател, че нито дипломацията, нито политиката, нито изкуството са точни науки. И понякога едно-единствено решение може да предреша съдбата на цяла цивилизация.



„Мистичните Родопи“

от Иво Георгиев

Редица туристи, пътешественици, фотографи и откриватели попадат под омайващото влияние на Родопите - планина, която сякаш никога не може да бъде напълно опозната. По нейните неутъпкани пътеки повежда и „Мистичните Родопи“ от пътешественика Иво Георгиев - богато илюстриран с цветни фотографии пътепис, който „разголва“ душата на това божествено кътче. В тази книга няма да откриете само напътствия как да достигнете едно или друго място, но и най-съкровениите му извикви и усойни долини.



„За жените и солта“

от Габриела Гарсия

Написан в традицията на най-добрите латиноамерикански автори като Исабел Алиенде, „За жените и солта“ преплита историческите събития с личния избор и поставя важни въпроси: за семейните тайни и за случайността, на която сме подвластни всички. От края на XIX век през революцията на Кастро до днес, когато Куба се опитва да намери новото си лице, а американската мечта все още привлича отчаяните хора към своите брегове, романът ни прави част от съдбата на няколко поколения.



Червеният терор без маска

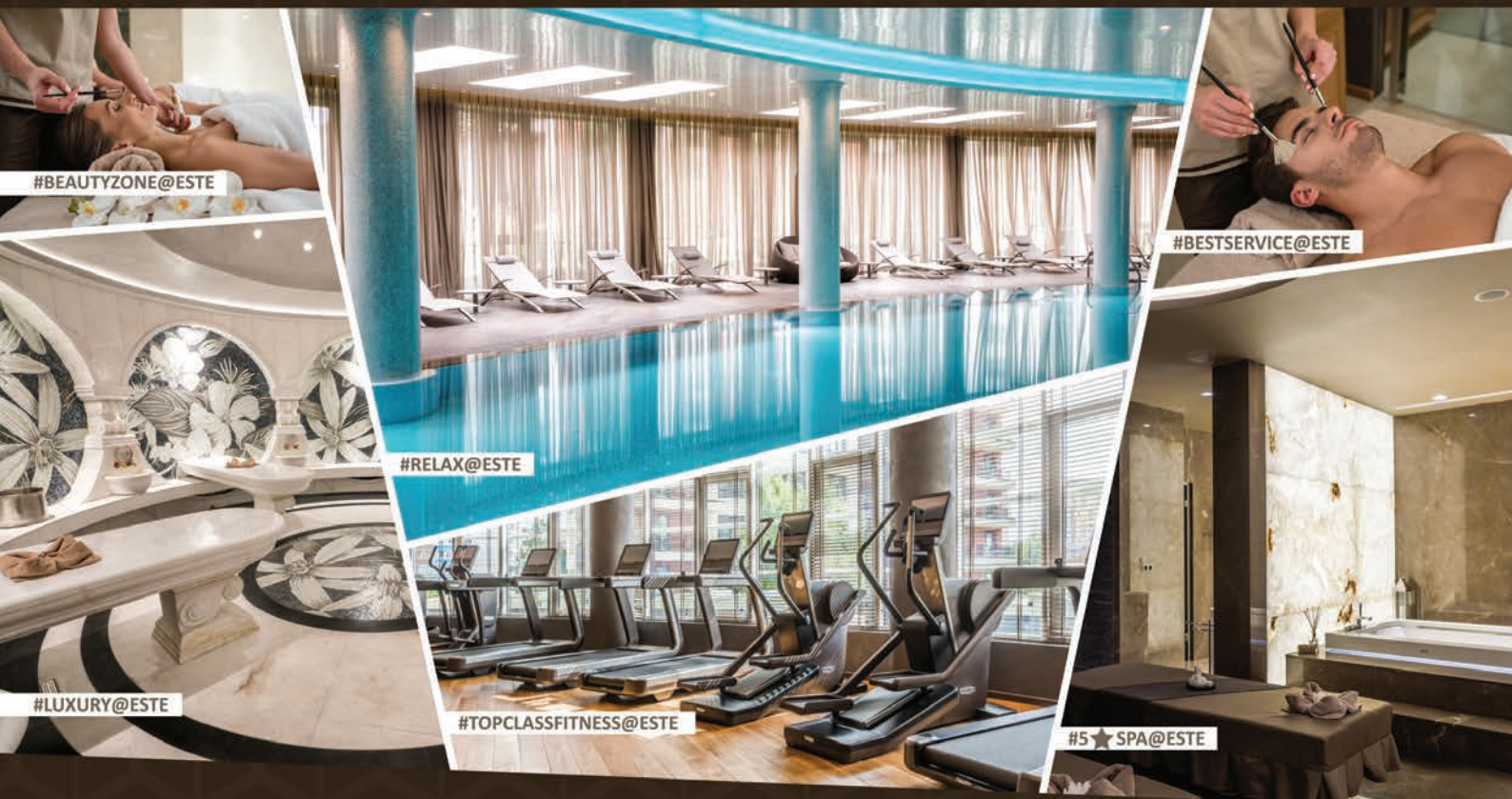
Петър Богданов,
Христо Христов

Стефан Богданов е не само комунистически функционер отпреди 9 септември 1944 г., завършил Международната ленинска школа в Москва, но и единственият агент на съветското военно разузнаване в България, оставил спомени. Като първия началник на отделение „Б“ (контраразузнаването) в ДС след 9 септември 1944 г. Стефан Богданов е и единствената високоставена фигура в Държавна сигурност, който създава писмени свидетелства за преживяното още преди да падне тоталитарният режим през 1989 г. Богданов е един от двамата членове на БКП, превърнали се в жертви на репресивната машина по време на чистката на „враговете с партиен билет“ след ареста на Трайчо Костов, които пишат своите разтърсващи свидетелства по време на режима. По тези показатели мемоарите на Стефан Богданов са без аналог в България.





Este
FITNESS & SPA



Магията на СПА...

www.estespa.bg

• СЦЕНА •

Търсенията правят живота интересен



ДА ИМАШ ПОВЕЧЕ МАТЕРИАЛНО – ТОВА ДНЕС Е ИЗМЕРИТЕЛ НА УСПЕХ, НО ХОРАТА НА ИЗКУСТВОТО НЯМАТ ТОЗИ АРШИН

Татяна Явашева

Ильдъз Ибрахимова е сред най-ярко изявените български джазови музиканти с необикновено широк гласов диапазон от четири октави и забележителна вокална техника, също така тя композира и продуцира музика. Има издадени 26 албума. Носител е на множество наши и чуждестранни награди, преподава джаз пеене в METU (Близкоизточен технически университет) - в Катедрата по музика и изящни изкуства, както и в Музикалния факултет на Baskent University в столицата Анкара.

- Г-жо Ибрахимова, в тази променена ситуация, в която живеем от миналата година насам, има ли позитиви за вас като музикант и творческа личност?

- Позитивите са, че най-сетне всеки от нас трябва да си направи равновесие доколко опазва природата и гали безграничното ѝ използване не води до тези ненормални условия за живот. Човекът продължава да е ненаситен и надпреварата му преди всичко е към материалното.

- Дали в тези дни на ограничения хората не решиха, че може да минат с много по-малко изкуство?

- Да имаш повече материално – това е измерител на успех. Но хората ще продължат да имат нужда от изкуство. Чувствам се в безкрайността, когато съм на сцената, когато слушам хубава музика...

- Изостри ли се или се притъпи апетитът към изкуство?

- В момента всеки се бори да се приспособи към тази непозната досега обстановка. Пандемията зачеркна много събития и срещи с публиката. Много от това, което „храня“ музиканта и човека на изкуството, просто го няма, то пропадна.

- Какъв посланик е музиката?

- Тя не се нуждае от език, макар да мога да пея на различни езици. Тя е универсалното средство за предаване на послания, тя носи усещането за свобода на духа. След концерт различни хора са ми казвали едни и същи думи: „Вие ни пренесохте извън Земята, в безкрайността“. Това признание за мен е най-големият подарък.

- Изпълнявате стари фолклорни песни...

- Прабаба ми е пяла, а от баба си съм научила много песни. В Турция издадох албум „Песните на мама“. Това са стари румелийски песни. Записите направих в Истанбул, където поканих едни от най-

добрите музиканти, които познават народната музика. Но те не бяха ги чували никога повечето от тези песни. И ми казваха, че с албума предавам това богатство на следващите поколения, иначе то просто няма да се съхрани.

- Имате широк творчески диапазон, има ли нещо, което да ви налага ограничения?

- Не обичам границите, аз ги размивам. Човек търси и колкото повече търси, толкова далеч отива, навлиза в океана и се отдалечава от брега. Търсенятия правят живота интересен. Живеем в безкрайност, защо да си слагаме изкуствени ограничения...

- Как ви се отразява животът между две култури?

- Имаме предимството да живеем в две съседни страни, които са много близки. Брат ми живее в западната част на САЩ, това е твърде далече оттук. Случвало се е да идвам от Анкара в София само за 16 часа и после пак обратно. За България е преимушеството, че е на кръстопът. Културите тук са много богати и трябва да ценим даровете, оставени ни от предишните поколения, но трябва да имаме и грижата да ги опазим.

- Къде е допирната точка между изкуството и бизнеса?

- Човекът на изкуството обикновено не е материалист. Духовното взема превес и той се стреми да остави някаква следа, когато си отиде от тази земя. Не визирам попмузиката, която за мене е бизнес. Хората на изкуството, които аз познавам, живеят както моята котка – тя изяжда само колкото ѝ е нужно да се нахрани, дори паничката ѝ да е препълнена. Ако иска да стана много богата, цял ден се занимавам с попмузика, и то извън България. За мен обаче е важно да усещам щастлива с музиката, която правя. А това усещане с пари не може да се сравни. Не съм се стремела да имам дворци и да живея в лукс. Със съпруга ми имахме близко семейство – мъжът беше успешен бизнесмен и съпругата му нямаше граници в харченето. Но в един момент бизнесът му фалтира, тя остана в безтегловност и го напусна. Вместо в трудното за него време да го подкрепи. В такива моменти се вижда истинската същност на човека. След това той си стъпи на краката, но повече не я потърси. Богатството е до време, то е недълговечно.

- Кое носи дълговечност?

- Човек трябва да е реалист и когато си прави планове, трябва да знае докъде може да се простре.

- Вашият съпруг Али Динчер е бил уважаван политик. Какви политически уроци научихте от него?

- Политиката е много сложно нещо. Съпругът ми беше министър, зам.-председател на парламента, беше три мандата депутат. А преди още да се познаваме, е бил кмет на Анкара. Бил е оценен и като най-младия кмет на столица в света – когато заема този пост, е на по-малко от 30.

- Как е успял, та той е преселник от България?

- Той обичаше това, което правеше. Беше народен човек. Като беше министър и излязахме на разходка, вземахме автобуса, независимо че имаше и служебна кола на разположение. Хората го познаваха и им беше приятно да разговарят с него. Наистина беше обичан човек. Независимо на какъв пост е бил, никога не се държал като герой и избранник на съдбата, а като човек от народа.

- Дали нещо от неговия политически опит не би сработило тук?

- Трудно се дават рецепти. Той не е имал лесно детство. Роден е в Самуил, Разградско. Семейството му се преселва в Турция, когато той е на 5. Обичаше да ходи в родното си място и там хората много му се радваха, защото се държеше като един от тях. В това е разковничето. А когато човек не е на „Ти“ със себе си, тогава той прави много грешки.

- Кое може да предпази политика от големи грешки?

- Да не се мисли за велик, защото днес го има, утре го няма. Сега може да е на висок пост, но после да е съвсем обикновен гражданин. Всичко е временно. Съпругът ми не делеше хората нито по богатство, нито по политически пристрастия. Когато той почина, кметът на Анкара, който не беше от Народно-републиканската партия, направи нещо изненадващо. Не беше минала и седмица, когато една вечер в 23 часа ми се обадиха от кметството, че са решили на негово име да направят голям парк и там да поставят голяма неговя скулптура в цял ръст. Бяхме шокирани и от бързината, с която искаха това да стане. Поканиха ме да пея на откриването. Беше паметно събитие, организирано от хора, които не споделят неговите политически убеждения. После се направиха и други паметници, кръстиха и други паркове в страната в памет на Али Динчер. Не на всеки може да се случи подобна съдба.

- И в заключение, какво ще кажете на нашата аудитория, която обича да слуша музика?

- Да търси хубавата музика, минала през изпитанията на времето и преборила се с много трудности, за да стигне до нас. ☺



Изящният танц на КОПРИНАТА

**ДЕСИСЛАВА
ЩЕБЕТОВСКА
НАПРАВИ
РЯЗЪК ЗАВОЙ В СВОЯТА
ПРОФЕСИОНАЛНА
КАРИЕРА И ИЗБРА
МОДНИЯ И
ДИГИТАЛНИЯ ДИЗАЙН**

✍ **Татяна Явашева**

Изкуството е поезия, която може да пишеш, а коприната е най-изящната материя за висша мода. Това казва Десислава Щебетовска, която изработва ръчно рисувани шалове, грехи и аксесоари от естествена коприна. Тя е от хората, които дълго са правили нещо друго, докато в един момент стигнат до онава, за което сякаш са родени. За свой домашен избира 4newme.com - новото мен, цялостната промяна, която настъпва с новата концепция за красота, с връщането към женствеността и естествените неща. Работата с коприната не е средство за релакс, а е начин, по който Десислава вече живее. Коприната е материал, труден за работа, но тя смело работи направо върху плата, без предварителни шаблони.

Изход в глуха улица

Рисува от дете и мечтаела да стане моделер, но... родителите ѝ нямали финансовата възможност да плащат за уроци. Завършва техникум по кожени изделия, а после и Техническият университет, като започва да учи техника и технологии в текстила, но се дипломира в специалност с икономическа

насоченост. Когато гдете ѝ деца се раждат, става брокер на недвижими имоти, прави сайтове, развива дигитален маркетинг и съвсем няма време за любимото си хоби. Преди три години обаче усеща силен порив към четката. Посещава ателие, в което да ѝ покажат как се работи с коприна. И оттогава не може да спре. „Имам усещането, че всичко това е било задрямало у мен, но след като то се събуди, стихията ме понесе“, споделя Десислава.

Шифър

Носталгия по красивото, това Десислава „разкодира“ в коприната и точно заради него се насочва към неповторимата женственост от 60-те години, когато самата тя все още не е била родена. Посяга към тази естествена материя, за да възроди представата за онази някогашна ефирна нежност, неприсъща на конфекцията и масовите облекла, които превзеха света в последните десетилетия.

Прецизност

Коприната се шие най-мъчно, тя се пързала между ръцете и са нужни умения и воля да я овладееш и подчиниш като материя. Освен всичко изисква абсолютна прецизност. В началото на новата си кариера Деси решила да гаде на своя позната да ушие първите блузи, но вманиачена в съвършенството, започнала да прави всичко сама с убеждението, че само перфектно ушитата коприна дава възможност на красотата да изпъкне.

Във всеки рибен магазин, освен скъпа риба,





се продава и скумрия... Казвали ѝ, че трябва да включи и „скумрии“ в артистичните си предложения. Тя обаче отказва да приеме такъв вариант, тъй като изобщо не ще и да знае как се правят „скумрии“.

Кумири

Сред дизайнерите, на които се възхищава, е Коко Шанел - заради нейната смелост неотклонно да следва мечтите си в развитието на женската мода. Нейн идол е великият испански моделер Кристобал Баленсиага, даровит, иновативен, различен - заради непоколебимия му стремеж към съвършенството. Елегантността е елиминация, твърди той. А Десислава го разбира ето как: Отстраняване на излишното, на всичко ненужно, за да остане изящното.

Накъде

Визията на Десислава Шебетовска е да продължава още по-усърдно своето развитие в работата с коприната. Има желанието да разработи някои от рисунките си като индустриални десени за платове. Мечтае да види развито българското производство на коприна, а дотогава ѝ се ще да стане вносител на тази най-изящна тъкан, за да може повече хора да имат досег с фината материя. Копнее да има около себе си и други, с които заедно да се вдъхновяват и да творят със страст. Засега тя няма ателие, но знае, че един ден ще разполага със свое неприкосновено кътче за работа. Да направи своя модна линия, да стане разпознаваема като стил на пазара - за нея би било направо дар от съдбата. И е готова да работи за това. ☺

Търсейки Ориента край

ИЗМИР





• ПЪТЕШЕСТВИЕ •

ЧЕШМЕ,
АЛАЧАТЪ
И УРЛА
ЩЕ ВИ ПЛЕНЯТ С
ЦВЕТОВЕ, АРОМАТИ
И ВКУСОВЕ

✦ Цветозар Йолов

Измир е модерен, лъскав, зает и функциониращ град, сгушен в гръното на своя песен Егейски залив. Но вие сте дошли на почивка тук и си искате усещането на Изтока, тази мистика и екзотика с вкус на баклава и дъх на канела. А тук дори не се виждат и много джамии, можете да хванете ферибот до Кършаяка и да пиете бира в парка, заобиколени от млади хора по шорти. Твърде европейско ви е – няма смисъл.

Градът може и да има 8500 години история, сиреч един от най-древните в света, обаче стоейки там и оглеждайки се наоколо, може само да се чудите къде е отишла тя. В крайна сметка днес символът на третия най-голям турски град е една часовникова кула, която аз бих описал по-скоро като голям фонтан без вода, отколкото като кула. Симпатична е с

нейния късен османски мраморен стил, снимайте се пред нея, но затова ли бихте толкова път?

Работата е там, че Измир явно винаги е бил зает да е модерен и гледащ към бъдещето си, че чак е забравил миналото си. Не помага и това, че се намира в земетръсна зона и е видял и доста пожари през съществуването си.

Готиното, разбира се, е, че ако сте дошли с идея за морска почивка, Измир е и входната врата към Егейския регион с неговите безкрайни полуострови, заливи и заливчета, плажове, скали и много древни руини. Тъй като самият град не предлага плажове, местните хора или туристи трябва да пътуват към така да я наречем „Измирската Ривиера“ – полуостров Карабурун, който е във формата на кука.

Този полуостров е най-вече известен с курорта Чешме и неговия замък, красиви вили и голф игрища. Преди Чешме обаче е Алачатъ





- градче, което също не отстъпва по туристически тълпи.

Ако сте тръгнали още рано сутринта от Измир за Чешме, не би ви и минало през ума, но аз бих препоръчал да се отбиете първо в Урла. Не защото има нещо интересно за разглеждане там, а защото ако си падате по опитването на ястия, които могат да се пробват само на едно специфично място – то Урла е едно от тези места.

Думата „катмер“ в цяла Турция е името на вкусен десерт от фини, хрупкави точени кори, пълни с масло и обилно поръсен с настърган шам фъстък. И ако не сте го пробвали, трябва, но в Урла думата „катмер“ означава пържени банички, пълнени със сирене и картофи или кайма. Може би имат същото име, защото също са тънки. Препоръчвам да ги хапнете с айрян на рибарското пристанище, гледайки към близкия остров, който се вижда свързан към града с късо шосе. Островът се казва Карантина, и без да четеш историята му, ти става ясно за какво се е използвал през XIX век.

Алачатъ пък е и най-тънката част на полуострова, затова може да изберете дали да се къпете от северната му страна, или от южната. Алачатъ напомня на посетителя по-скоро на Гърция, с архитектурата, тесните улици в старата част и подредените по тях масички на ресторантите.

Ще си кажете, че не е чудно – в крайна сметка единският остров Хиос е само на един хвърлей разстояние, но не е само това. Този регион като цяло е бил населен с предимно гръцко население допреди около 100 години, когато след размяната на населението между Турция и Гърция, всичко става по-хомогенно като етнографски пейзаж.

Остров Хиос е известен с мастиха – ароматната смола, добивана от дървото със същото име, и което не трябва да се бърка с мастика. Тази смола се използва като добавка към много храни от гревни времена, но най-странното е, че не може да се добива извън острова. В Чешме има декоративни дървета, но някак си не им се получава да добиват смолата, макар и климатът да е същият.

За сметка на това в Алачатъ дръхът на мастиха е навсякъде, дори метафорично. Типичните къщи с малки покрити балкони, които ще видите в старинната част, се казват „сакъз еви“, а „сакъз“ е турската дума за мастиха. Тя е и важна съставка в прекрасните типични десерти там. Седнете в някоя от сладкарниците следобед и пробвайте мухалеби – млечен пудинг със сакъз, или пък дондурма – турския твърд сладолед, който трудно се топи и може да се яде направо с нож и вилица. Друг пудинг, който бих препоръчал, е „инджир уютмасъ“. Той свързва смокиня – плод, който винаги ще

• ПЪТЕШЕСТВИЕ •



УРЛА

отъждествявам с лято и море.

Настане вечер, месец изгрее и така натък..., а вие сте на Егейско море, и би било кощунство да не опитате някои от местните морски специалитети. Да кажем, че сте стигнали в Чеше и сте разгледали замъка и прилежащата зона. Навсякъде из крайбрежните градове ще забележите улични продавачи със стъклени колички. Те продават „голма мидѳе“, тоест пълнени миди или мидени сармички. Много са популярни сред малки и големи, и ако сте уморени след плаж, си струва да ги пробвате. Може и на крак, изстисквайки малко лимон отгоре.

Ако пък искате да поседнете, намерете мейхане или рибен ресторант, поръчайте си „йени ракь“, тоест това, което ние наричаме мастика, и се отдайте на мезелуване със специалитети, като: „дениз бъроруджеси салата“ (салата с вид морско растение), панирани миди с таратор (който няма нищо общо с нашия таратор), Маринована риба тип лакерда, артишоци или каквото ви се иска на момента. Което и да поръчате, няма да съжалявате. Слушайте старите турски хитове, които звучат в мейхането, и които май не познавате, но пък вътрешно се поздравете, че най-накрая открихте дозата жадувана ориенталска наслада. ☺





... ПЪТЯТ НА ЧЕСТТА ПЪТЯТ НА ЧЕСТТА ...



вторник – четвъртък 20:00

Shaping livestock solutions

- Coccidiostats
- Enzymes
- Feed Additives
- Veterinary Products
- Vaccines
- API
- 5 continents
- 90+ countries
- 95+ products
- Ranked among the top 10 veterinary pharmaceutical companies worldwide



www.huvepharma.com

 HUYEPHARMA®