

economic.bg

ГОДИНА III

бр. 8 (28)

Икономика | www.economymagazine.bg

www.economymagazine.bg

брой 28 / август 2013 г. / цена 5 лв.

# ИКОНОМИКА

**ПИОНЕРИ**  
В БИОЗЕМЕДЕЛИЕТО

**БЪЛГАРИН**  
СЪЗДАДЕ  
УМНИ ПАРИ

**ПРЕНАРЕЖДАНЕ**  
В МЕБЕЛНАТА  
ИНДУСТРИЯ

**ВЪЗХОДЪТ НА**  
3D ПРИНТЕРИТЕ

Гергана Ташкова:  
**Работата е ключ  
към растежа**



www.economic.bg





BRAND PR

PR • РЕКЛАМА • КОНСУЛТАНТСКА ДЕЙНОСТ

Истинската връзка!

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




# America awaits you

Meet with hundreds of cultures, stories and memories of America with the airline that flies to more countries than any other.



[turkishairlines.com](http://turkishairlines.com) | 00359 2 947 40 07

A STAR ALLIANCE MEMBER 

EUROPE'S  
BEST AIRLINE

**TURKISH  
AIRLINES** 

Voted Europe's Best Airline 2013 at the Skytrax Passenger Choice Awards.

Списание „Икономика“  
София 1463  
бул. „Витоша“ 72  
Телефони: (02) 852 9696  
(02) 852 9699  
e-mail: office @ economymagazine.bg



ИЗДАТЕЛ  
„БРАНД МЕДИЯ БЪЛГАРИЯ“ ЕООД

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР

ЮЛИЯНА ТОМОВА-ТОДОРОВА

ОПЕРАТИВЕН ДИРЕКТОР

ТАТЯНА ШУНЕВА

ГЛАВЕН РЕДАКТОР

НЕВЕНА МИРЧЕВА

СЧЕТОВОДСТВО

СОФИЯ СТРЕЛКОВА

РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

ВЕСЕЛИНА КЪРТЕВА

ТЕОДОРА ЧАКЪРОВА

ЮЛИЯНА ВАСИЛЕВА

РЕДАКТОР

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

АВТОРИ

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

АТАНАС ХРИСТОВ

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

ДИЗАЙН

АНТОН КОВАЧЕВ

ФОТО КОРИЦА

ПЕТЪР ЙОРДАНОВ

ПЕЧАТ

АМИАНС ПРИНТ

РАЗПРОСТРАНЕНИЕ

„СТАНДАРТ НЮЗ“ АД



## 8 ТЕМАТА

Пионери в биоземеделieto

## 22 ИНТЕРВЮ

Гергана Ташкова:  
Работата е ключ към растежа

## 28 БОРСА

Енерго под високо напрежение

## 30 ФИНАНСИ

Спасяването на Детройт

## 32 РАЗВИТИЕ

Огнян Траянов: Дефицитът  
на IT кадри е катастрофален

## 37 ПОРТФЕЙЛ

БНП Париба цели  
пълна дигитализация  
на депозитите



## 38 СЕКТОР

Пренареждане в  
мебелната индустрия

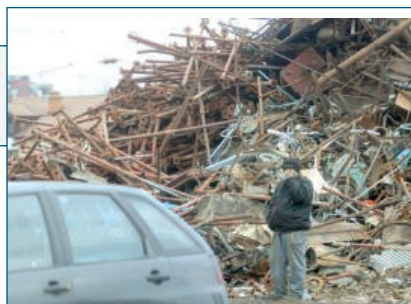


## 42 ПАРТНЬОРСТВО

България е интересна  
за големите компании  
от Северна Америка

## 46 РЕГИОНИ

Минералните извори съживяват  
икономиката на Кюстендил



## 48 РЕЦИКЛИРАНЕ

Злато или боклук

## 52 РЕГУЛАЦИИ

Козметиката - с досие  
за безопасност

## 56 ТРАНСПОРТ

Без риск по релсите



## 60 СКОРОСТ

Газ към дъното

## 61 ТЕСТ ДРАЙВ

Японски отличник

## 62 НОВ-ХАУ

Умни пари



## 65 ЗНАНИЕ

Проф. Петко Петков: Търговци в храма на науката

## 68 ЗАВРЪЩАНЕ

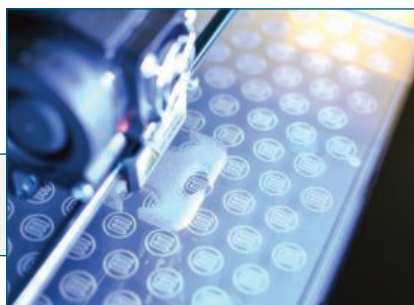
Философия на успеха

## 72 УЕБ

Байтове свобода

## 76 ТЕХНОЛОГИИ

Бизнес по ноти



## 80 УПРАВЛЕНИЕ

Игривизацията навлиза в бизнеса

## 84 ИНОВАЦИИ

Възходът на 3D принтерите

## 88 ВСЕЛЕНА

Рудодобив на астероидите

## 92 НАУКА

Криониката - бизнес за вечността



## 96 МАРКАТА

4 сезона лукс

## 100 СИНЯ КРЪВ

Ефектът „Кралско бебе“

## 102 МОДА

Стилно затъмнение



## 106 ГАЛЕРИЯ

Живописни хроники

## 108 МУЗА

Магията на куклите

## 110 ЧЕТИВО

Дами с кауза „Верига на живота“

## 112 АТРАКЦИИ

Корпорация Зоопарк



## 116 ТОНУС

Ваканция за тялото и духа с ЛъкиФит

## 118 ПЪТЕШЕСТВИЕ

Макао - казина и контрасти

## Био пионери

Биопотреблението е начин на мислене и разбиране, то е стандарт на живот. Това твърдят хората, захванали се с този модерен и сравнително нов за родната икономика отрасъл. Повечето предприемачи обаче признават, че трудно се издържат само от производство или преработка на биопродукция. Причините са комплексни, но сред основните са по-високите цени на производството, трудният достъп до пазара, липсата на дистрибуция. Заетите в този бизнес, макар и да се чувстват като пионери, проправящи първите пътеки, са оптимисти, че той има накъде да расте в следващите години. В това ще се уверите от основната ни тема в този августовски брой.

Оптимистичната линия продължава и в интервюто на Гергана Ташкова, съдружник в „Марс Армор“. Чаровната дама се е посветила на обличането на силния пол – веднъж чрез бизнеса си с бронжилетки, и втори път – като представител за България на една от най-големите модни марки за мъже. С нея разговаряме също за стандартите и правилата в бизнеса и за усилената работа като рецепта за растежа.

Дефицитът на кадри и скъсаната връзка образование-бизнес коментират Огнян Траянов от „ТехноЛогика“, член-кор. проф. Петко Петков, Асенета Делийска от платформата за кариерно ориентиране туувау.bg.

На страниците ни ще прочетете още за развитието на мебелния сектор, за необходимите нормативни промени в управлението на отпадъците, за приложението на игрови модели в бизнеса.

„Ваканционната“ част от броя посвещаваме на отговорите на интересни въпроси – дали скоро човекът ще започне да добива руда от астероидите, кога ще се возим на самолет, направен изцяло на 3D принтер, ще повярваме ли в криониката. А за финал може да „отскочите“ сред екзотиката на Берлинския зоопарк и хазартния рай Макао.

Приятно четене!

НЕВЕНА МИРЧЕВА  
главен редактор



## Брюксел отличава жени иноватори

Европейската комисия обяви началото на второто издание на годишния конкурс за жени иноватори Women Innovators Prize 2014. Ще бъдат присъдени общо три награди за изключителен принос за създаване на иновация и въвеждането ѝ на пазара. Първата награда е в

размер на 100 хил. евро, втората – 50 хил. евро, а третата награда е 25 хил. евро.

Крайният срок за подаване на кандидатурите е 15 октомври 2013 г. Изискванията към участниците са да са дами от държава членка на ЕС, да са създатели или съоснователи на

активно работеща компания, регистрирана преди 1 януари 2011 г. и с оборот поне 0,10 млн. евро.

Повече информация за конкурса може да намерите на сайта му - [http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index\\_en.cfm?section=women-innovators](http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?section=women-innovators).



Главният изпълнителен директор на УниКредит Булбанк Левон Хампарцумян (вдясно) и програмният директор на Българския център за нестопанско право Любен Панов

## 55 фондации искат да развият социално предприемачество

55 фондации от цялата страна са изявили желание да развият социално предприемачество. Те са подали своите кандидатури в Програмата за социално предприемачество за неправителствени организации (НПО) за 2013 – 2014 г., организирана от Български център за нестопанско право, фондация „УниКредит“ и фондация „Америка за България“. Програмата се провежда за трета поредна година.

Идеите за развитие на свързана стопанска дейност, описани от кандидатите, могат да бъдат групирани в следните основни тематични области: предоставяне на специализирани образователни услуги за деца (почасова занималня, мобилни образователни центрове и други подобни) и социални услуги за хора от различни уязвими групи; продажба на продукти - собствено производство (развитие на градински център, работилници за фолклорни костюми, специализирани артикули за домашни любимци,

занаятчийски дейности, заведения за хранене, предоставяне на хотелски и туристически услуги и други подобни); online магазини за услуги и продукти, разработване на софтуерни решения, информационни и рекламни интернет страници.

До края на август кандидатурите ще бъдат разгледани от комисия, която ще избере участниците в програмата. В края на септември и началото на октомври ще бъдат организирани обучения на одобрените кандидати за стартиране на социално предприемачество, след което ще им бъде оказана и подкрепа при разработването на бизнес плановете.

Всеки един от участниците в програмата ще има възможността да участва и в конкурса за най-добър бизнес план на НПО с награден фонд от 30 хил. лева, осигурен от фондация „УниКредит“ и фондация „Америка за България“. Наградният фонд ще бъде разпределен между трите най-добри бизнес плана.

## Учредиха Европейска асоциация на дългосрочните инвеститори

Българска банка за развитие стана един от учредителите на Европейската асоциация на дългосрочните инвеститори (ELTI) със седалище в Брюксел. Президенти и групи високопоставени лица от 16 финансови институции, управляващи ресурс за дългосрочно финансиране на стойност над 1.5 трилиона евро, дадоха старт на организацията на 5 юли в Париж. Сред членовете на новата европейска асоциация са едни от най-могъщите финансови институции в Европа, сред които Европейската инвестиционна банка, германската банка за развитие KfW, Nordic Investment Bank, френската Caisse des dépôts et gr.



„Участието на ББР в подобна структура осигурява на банката пряк достъп до дългосрочно евтино финансиране за българската икономика. Това на свой ред е една от важните предпоставки за изпълнение на поставените пред ББР цели в подкрепа на малкия и средния бизнес“, коментира главният изпълнителен директор на банката Асен Ягодин.

Основните цели на ELTI са осигуряване на дългосрочно финансиране на местните икономики в съответствие с целите и инициативите, разработени от ЕК за насърчаване на устойчив и интелигентен растеж, създаване на нови работни места, както и активно участие във формирането на политиките на ЕС в тази област. [И]

# Персонално банкиране



Ние знаем с колко захар пиете кафето си,  
защото познаваме Вас и Вашите нужди

Ние Ви познаваме лично, защото сте важни за нас. На Ваше разположение в цялата страна са експерти Персонално банкиране, които Ви гарантират бързо индивидуално обслужване и професионални съвети, съобразени с Вашите конкретни финансови нужди и изисквания.

**Персонално банкиране с персонално отношение**

От услугата „Персонално банкиране“ може да се възползват всички български и чуждестранни граждани, които отговарят на съответните критерии.

[www.postbank.bg](http://www.postbank.bg) | 0700 18 555



Решения за твоето утре

# ПИОНЕРИ в биоземеделieto

*Българското органично производство среща трудности от полето до крайния клиент, но макар и бавно, върви напред*



ТАТЯНА ЯВАШЕВА

**Б**иопотреблението е начин на мислене и на разбиране. То е стандарт на живот и стремеж да възстановим природата за бъдещите поколения, казва Ирина Попова. Тя поддържа два магазина „БиоВариант“, предлага възможност и за онлайн продажби. Това за нея е по-скоро хоби, отколкото реален бизнес, тъй като управлява фирма за строителни материали: „Търговията с биопродукция е толкова млада и незряла, че на нея не може да се разчита.“ Ирина Попова вярва, че бъдещето е в новото отношение към природата и човешката дейност, свър-

зана с максимално опазване на околната среда: „Рагваме се всеки път, когато в магазина се появи българска биопродукция и първо нея предлагаме. Това трябва да е държавна политика.“

„Лесна работа няма, казват земеделците. Но що се отнася до биопроизводството, трудностите идват от това, че в България няма традиции и култура на производството и потреблението. Това е вид пионерска работа, но ние сме поели този кръст“, обяснява биопроизводителят Стефан Пенев. Според него един от плюсовете е, че в България има възможност да възникнат нови практики и нов бизнес, което в Германия става трудно. Там работещите биостопанства са създадени преди 15-20 години, а целият процес от производителя до крайния клиент вече е канализиран. Системата на търсене и предлагане у нас все още не е изградена и всеки по веригата, малко или много, работи самостоятелно. „Хората, които имат капитал,

### *предприемат авантюра*

да правят самостоятелни стопанства, без да потърсят специалисти с опит. В Германия онези, които разполагат със

средства за инвестиции и избират ниша, се доверяват на успели в съответния сектор. Така опитът и капиталът си подават ръка и бизнесът потръгва стремглаво напред. Най-трудното е да намерим хора, които с разбиране да погледнат на онова, което правим, и да инвестират, за да се получи по-голям мащаб. Трябва някой да се заеме с развитие на пазара, а това не може да се прави на доброволни начала. Без пазар няма смисъл да се произвежда. У нас обаче брънката между производителя и магазина се къса. Трябва да се появят хора с възможности и размах, готови да поемат риска да влязат в тази нова пазарна ниша“, посочва още Стефан Пенев. Той е завършил дърворезба, веднага след това отишъл да учи изкуство в Германия. Две години бил доброволец в биодинамично стопанство, което отглежда продукцията за хора с увреждания. Работата така го увлякла, че в крайна сметка завършил земеделие. Сега семейната им ферма е до Средец, Бургаско. Заедно със своята съпруга, французката Мари Тинос, и родителите си организира целия процес

### *от полето до трапезата*

„Органичните стоки се продават трудно. Налага се много да обясняваме на клиентите. Има хора, които не знаят нищо за биопроизводството, други само са чували, но не са наясно, има такива, които знаят, но не е по джоба им, но не е липсват и такива, които редовно купуват“, обобщава Мари Тинос, която е собственик на магазин „Био >

Бургас". Във Франция нейните родители имат биоферма и произвеждат най-вече зеленчуци за местния пазар. Дошла в България, след като се омъжила за Стефан Пенев и заедно създали сертифицираната биоферма, в която отглеждат плодове, зеленчуци, зърнени култури, дори телета. Според Мари Тинос България е поне 15 години назад в биопроизводството и търговията с такива продукти. Опитът ѝ в магазина показва, че търсенето на пресните плодове и зеленчуци е слабо: „Предлагаме биопродуктите

с едва 20% по-скъпо от другите стоки, а хората не купуват. Ако чакаме да живеем само от това, няма как да стане. Произвеждаме семена за Германия и те носят доход на семейството, а не продажбите в България на пресни продукти." Според нея биопазарът в страната

### ще расте бавно

и тя не храни големи очаквания.

Ако продуктът е органичен, добивите са по-малки от конвенционалното производство. Торове не се използват. Не е позволено в две по-

следователни години да сеят гадена култура на едно и също място, тъй като това е за сметка на количеството и качеството. Много от българските производители очакват цени, по-високи от цените на вносните биопродукти. Това ги прави непродобаеми. В цената на германския продукт са включени транспортните разходи, има посредници и търговци, които също товарят крайната цена. Липсата на конкуренция на вътрешния пазар не стимулира развитието на този сектор. Биопроизводството изисква много труд, а твърде малко



Производителите опитват с различни варианти да стигнат до клиента

## Що е то

Биологичното земеделие е система за производство на селскостопански продукти, която обслужва възстановяването и рециклирането на природните ресурси. Това производство опазва околната среда, тъй като при него се забранява употребата на синтетични пестициди, хербициди, изкуствени торове, растежни регулатори и генетично модифицирани организми. Не е позволена и употребата на антибиотици и хормони. Насочено към животновъдството, биологичното фермерство се основава на естествения начин на отглеждане на животните. Храните от растителен и животински произход се наричат биологични, когато са произведени от лица, притежаващи сертификата за биопроизводство, при спазване на правилата за биологично производство и осъществен контрол.

Биологичният начин на производство се означава върху продукти от растителен и животински произход чрез използване на думите "биологичен", "екологичен", "органичен" или техните производни "био" и "еко", както и на техните еквиваленти, изписани с латински букви. Себестойността на биопродуктите е по-висока от

30 до 100% и нагоре в зависимост от спецификата на съответния продукт. В земеделието основната разлика е в по-скъпите средства и методи на производство. Характерни са и по-ниските добиви вследствие на неизползването на химически торове и препарати за растителна защита. Необходим е много ръчен труд, има специални изисквания за преработка, пакетиране и търговия, растителната защита е много специфична, защото включва само полезната микрофлора и фауна. Има значителни разходи и по сертифицирането.

За разлика от органичните плодове и зеленчуци, в продуктите, произведени по конвенционален начин, ще откриете цялата Менделеева таблица, използват се различни стимуланти, които форсират растежа и тези състави се произвеждат в химически заводи. За да се предпазят от болести, вредители и неприятели, се извършва пръскане с пестициди директно върху растенията. Те са създадени да убиват определени вредители, но тези отрови остават в растенията и те се натрупват в организма на човека.

хора искат да си причиняват такива затруднения, особено младите, твърди Мари Тинос.

В Западна Европа трайното установяване на биохраните в асортимента на магазините започна през 2000 г. и върви експанзивно. Централна Европа следва тенденцията с между 4 и 6 години забавяне. Пазарът на биологични продукти в ЕС се оценява на около 20 млрд. евро, като най-голям консуматор на биостоки е германският пазар с над 6 млрд. евро. Следват Франция (3.4 млрд. евро), Великобритания (2,6 млрд. евро), Италия (2 млрд. евро). На световния пазар други големи консуматори освен САЩ и Европа са Австралия и Япония.

Производството на биопродукти постепенно нараства, предимно заради субсидиите, но след това

*има проблеми с реализацията*

Малко от продуктите се продават на българския пазар, а

основно се изнасят. Дребните производители трудно реализират стоката си, това е и причина да липсва разнообразие. Най-големи са трудностите при органичното животновъдство. То е ограничено от преработката. Изискването е кланиците и преработвателните предприятия да са само за биомесо, такива големи количества суровина на този етап липсват и затова никой не си позволява да инвестира в завод за биомесо. Затова у нас почти няма преработени органични животински продукти, разказва Светла Николова, председател на сдружение „Агролинк”. Има интерес от малки производители на плодове и зеленчуци да отглеждат по биологичен начин, но те не могат да стигнат до пазара, тъй като количествата им са незначителни. Не се кооперират и затова стоката им трудно стига до биомагазините. Само фирма „Гимел”, която произвежда големи количества целогодишно, е добре представена на българския пазар и присъства >



**НОВИ ПАЗАРИ ЗА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС**

**С КРЕДИТ ЗА РАЗВИТИЕ**

## БЪРЗО ОДОБРЕНИЕ • ДЪЛЪГ СРОК НА ПОГАСЯВАНЕ • ДО 2 ГОДИНИ ГРАТИСЕН ПЕРИОД

Инвестиционен кредит **ЗА РАЗВИТИЕ** е финансов продукт на Българска банка за развитие. Създадена с единствената цел да насърчава и подпомага развитието на малкия и среден бизнес и експортно ориентирани компании от всички отрасли в България, Българска банка за развитие предлага инвестиционни кредити, кредити за оборотни средства, рефинансиране, овърдрафт и преференциални

условия за членовете на браншови организации, с които банката има сключени партньорски споразумения. Повече за кредит **ЗА РАЗВИТИЕ** и другите продукти на ББР на:

☎ 0700 11 227  
WWW.BBR.BG

БЪЛГАРСКА БАНКА ЗА РАЗВИТИЕ

В търговските вериги, казва още Николова.

Биопродукти не означава при отглеждането им единствено да не се ползват химически торове, а това е цяла концепция за опазване на околната среда. За съжаление, липсват локални български производители, които да зареждат местните пазари. Транспортирането на зеленчуците и плодовете на голямо разстояние обезсмисля идеята. Големите български производители изнасят основно на Запад, а тук внасяме органик картофи от Холандия и ябълки от Аржентина.

Проблемите с българския пазар рефлектират и върху биоземеделието. Производителите страдат от

### *липсата на добра организация*

за реализация на продукцията, но в същото време не си подават ръка. От една страна, магазините твърдят, че са отворени към българските производители, а от друга, се оплакват, че доставките не са редовни, че производството е сезонно. Другият проблем е, че във веригата от полето до магазина няма ясно диференцирани изгради. В Германия има магазини, които продават, складове, които разпределят стоката, има дистрибутори, има и биопроизводители. В България няма специализирани складове и дистрибутори на биопродукти. Магазините се занимават с внос, с дистрибуция, с търговия на едро и на дребно. И не могат да се справят, сочат наблюденията на сдружение „Агролинк”. Собственик



на биомагазин поръчва био зеленчуци от Германия и установява, че доставката излиза солено. Мислел, че като купи сам и избегне дистрибутора, че ще е по-евтино. Сметката излиза криво и това важи за повечето магазини, тъй като те нямат необходимите пазарни умения и правят грешки. Вместо да се насочат основно към българските производители, те разчитат повече на внос, което обикновено оскъпява, макар и да не липсват ценови аномалии.

„Организацията на производството и търговията с биопродукти не е поставена на здрави основи и се влиза в омагьосан кръг. Това е нова култура и някой трябва

да образова потребителите и да създава доверие. В повечето от магазините има продавачи, които нямат отношение към биопродукцията, те не дават достатъчно информация на клиентите, за да обяснят ползите от тази по-скъпа продукция. Има потенциални консуматори, които не посягат към органичните стоки, тъй като не вярват, че цената съответства на качеството. Те предпочитат да купуват от гребни производители, а не от такива, които имат сертификат. Но това, че е „от градината на баба”, съвсем не значи, че е без химикали”, твърди Светла Николова от „Агролинк”.

За мнозина от гребните произ-

### КЪДЕ СМЕ НИЕ

През последните 15 години интересът към биологичното производство се засилва в световен мащаб. През 2009 г. биологичното земеделие в Европейския съюз заема 8,6 милиона хектара, което представлява 4,7 % от използваната селскостопанска площ на ЕС-27. В периода 2006-2009 г. средният годишен темп на растеж в ЕС-15 е бил 7,7 % и 13 % в ЕС-12 (през 2009 г. ЕС-15 са представлявали 81 % от цялата площ за биологично производство в ЕС). През 2008 г. е имало около 197 000 стопанства, заети с биологично земеделие, т.е. 1,4 % от всички стопанства в ЕС-27. През 2007 г. секторът

на биологичното производство представлява 2 % от общите разходи за храна в ЕС-15.

В последните няколко години биологичното земеделие е един от секторите, който в условията на криза се развива с бързи темпове, като непрекъснато нарастват площите и броят на операторите, включени в система на контрол. Към края на 2012 г. регистрираните в Министерството на земеделието и храните биологични производители, преработватели и търговци са 2016 (в тази цифра не е включен броят на подизпълнителите), което е почти двойно увеличение спрямо предходната 2011 г. Ръст



„Гимел“ АД е най-големият биопроизводител у нас, който има 440 дка оранжерии и 120 дка открити площи

водители изискването стопанството да е сертифицирано се оказва препъникамък. Но

### сертификатът

не е непреодолима финансова бариера. Преди да се хвърлят в приключението „органик“, производителите трябва да натрупат необходимото познание. Те обаче се сблъскват с един съществен проблем - липсват достатъчно квалифицирани консултанти, повечето от тях са търговци на препарати за растителна защита. Това ги изправя пред угрозата да тръгнат в този бизнес с грешна стъпка, прудепреждат от „Агролинк“. Истинското биопроизводство е основано на холистичния

подход. Вместо разрешените органични торове се ползва компост. Необходимо е правилно сеитбообръщение, иначе няма как да се произведе достатъчно количество, което да гарантира и добрата цена. В Европа местното биопроизводство е средно с до 20% по-скъпо от конвенционалното. А у нас заради липсата на ефективна организация, цените са госта по-високи. Липсват познания за маркетинг и продажби на всички нива. Всеки вносител има собствен автомобил и с него зарежда магазин по магазин. Това оскъпява. Ако имаше специализирани биоскладове, логистиката щеше да излиза по-евтино.

В Западна Европа има фирми,

които се занимават само с доставката на биопродукти и те зареждат биомагазините. Там има директни партньорства между производител и магазин, което е взаимноизгодно и за двете страни.

Как да ги стигнем най-напредналите в органичното производство и потребление? Вариантът по метода „проба – грешка“ е мъчителен и бавен. Нужно е да се премине през обучения за целия цикъл на производство, в това число да се обърне внимание на продажбените умения. Трябва да се създаде сътрудничество между участниците в биоверигата от производителя до клиента. Нужна е стратегия за развитието на сектора, който засега се развива някак стихийно, казват биопроизводители.

### Пазарът е по-трудната част

не дори самото производство, предупреждават от „Агролинк“. Съветът им към производителите е първо да опознаят пазара, да се ориентират как ще организират продажбите и след това да се заемат с производството. Досегашният опит показва, че има много случаи, когато с много ентузиазъм се започва производство, след това не може да се справят с пазарната реализация и се отказват. В други страни работят специализирани агенции, които изследват тенденциите на биопазара. Наблюдават цените, стоките и посочват ниши, дават съвети на производителите и търговците.

Пазарът в България расте, но

се наблюдава и в броя на подизпълнителите в система на контрол през 2012 г., като при тях увеличението е с около 40% спрямо 2011 г. - за сравнение в цифри броят на подизпълнителите през 2011 г. е 612, а през 2012 г. - 867.

През 2012 г. регистрираните биологични земеделски производители са 1918 оператори и 836 подизпълнители, следвани от преработвателите на биологична продукция, търговци, вносителите и износители. В сравнение с 2009 г. - годината, от която се прилага новото европейско законодателство в областта на биологичното земеделие, през

2012 г. броят на операторите в система на контрол е нараснал повече от четири пъти.

През 2012 г. се постига значителен ръст на площите в системата на контрол на биологично производство, достигайки до 40 378.77 ха. Сертифицираните екологично чисти райони, от които се събират диворастящите култури - гъби, билки и горски плодове, не се включват в тази цифра.

През 2012 г. в биологичното животновъдство продължава да се наблюдава положителна тенденция. Ръст има в броя на говедата, овцете и пчелните семейства, отглеждани по биологичен начин.

Източник: МЗХ



не е сигурно, че процесът върви по най-добрия начин.

Нужно е да се създаде организация, която да се грижи за логистиката, тъй като това не е по силите на малкия производител. Добре е да има коопериране между производителите и те да осигуряват разнообразие от продукти за гаген пазар, те може да имат и обща логистика до съответните търговски обекти. Това е свързано с начина на мислене на производителите и засега подобна инициатива трудно си проправя път.

Биоземеделieto е

### *скъп бизнес*

Ако няма загуба на производствата поради болест или вредители, с които производителят да не може да се справи по методите на биологичното земеделие, разликата в цената е около 20-30%, но понякога достига и много по-високи стойности. В биоземеделieto не важи правилото на конвенционалните производители, че ако засадиш и следваш конкретни правила, стига да няма природни катаклизми, ще имаш определен добив, след което влизаш на пазара с цена, типична за момента. Биопродажбите вървят трудно: „Голяма част от

нашата дейност в магазините е просветна. Най-запалени са младите хора и това е съвсем естествено. Майките с малки деца са най-информирани. В магазина рядко влизат хора, които съвсем не са запознати с биопродуктите и които се стряскат много от цените. Естествено е да има разлика в цените, защото производството е различно. Още повече, че много малка част от продуктите са родно производство и това много оскъпява. Моето впечатление е, че българските производители срещат много трудности и това ги прекъсва. Те нямат подкрепа, някои се оплакват, че им крадат продукцията. Има производители, разочаровани от българския пазар, които се насочват изцяло към външна реализация. Парадоксът е, че лимец, който е произведен у нас без сертификат за био, в магазините идва на по-висока цена, отколкото италианският органик лимец. Но това се дължи на мащаба и на субсидиите”, обобщава Ирина Попова, собственик на магазини „БиоВариант”.

България трудно би станала фактор като структуроопределящ гоставчик на европейския пазар, защото се конкурираме с големи про-

изводители като Испания, Италия и Грция. Голяма част от българските биопродукти се изнасят основно за Германия, Холандия, Швейцария, Австрия. Фирми работят по поръчка на чужди контрагенти, които преработват или препакетират продукцията и в магазина тя е с техен етикет, а не на производителя. Български биопродукти

### *се продават под чужди марки*

които са наложени и се разпознават от европейския консуматор.

Все повече българи започват да търсят произведено по биологичен начин, те се интересуват къде и от кого е произведено. Клише е, че българинът винаги купува най-евтиното. Факт е, че се реализират и гоставки директно до потребителски групи, които се абонират за определен биологичен фермер или група биологични фермери.

В момента много трудно се финансира началото на производството – трябва да се купят семена, да се произведе разсад и чак след това започва всичко останало. Точно тук държавата би могла да помогне с финансова подкрепа. На Запад се отпускат целеви субсидии, има различни варианти на подпомагане. У нас обаче липсва воля и достатъчно разбиране за перспективите на биоземеделieto, твърдят производители. Смятат, че ако в агроминистерството на висока позиция бъде назначен човек, вещ в тези въпроси, би могло да се получи раздвижване на сектора. Ролята на държавата е да финансира процеса по създаването на доверие в биопроизводството като подкрепа за пазара. Тя също така може да организира конференции за ноу-хау професионалистите в сектора, а също изложения и зелени дни, на които да се срещат клиенти и производители.

По-големите мащаби на производството и увеличеното търсене ще се отразят върху цените на биопродуктите в България и те ще станат по-атрактивни. Пазарните механизми работят и в биосектора, стига да има кой да им даде ускорение.





**БАНКАТА  
НА ГОДИНАТА\*  
ОТКРИВА НОВ  
ОФИС. У ВАС**



**Спестявайте по нов начин с  
ДЕПОЗИТИ С БЪДЕЩЕ от БНП Париба.**

РАЗБЕРЕТЕ ПОВЕЧЕ НА [WWW.DEPOSITS.BNPPARIBAS.BG](http://WWW.DEPOSITS.BNPPARIBAS.BG) ИЛИ НА 0700 11 004.



**BNP PARIBAS** | Банката на променящия се свят

\* БНП ПАРИБА Е БАНКА НА ГОДИНАТА ЗА 2012 СПОРЕД INTERNATIONAL FINANCIAL REVIEW - ВОДЕЩО ИЗДАНИЕ ЗА ФИНАНСОВАТА ИНДУСТРИЯ НА ТОМСЪН РОЙТЕРС.

Европейския съюз плащанията за биологично земеделие започват с първите реформи на Общата селскостопанска политика (ОСП) през 80-те и 90-те години на миналия век. Основна причина за промените е не само свръхпроизводството на субсидираните култури, но и повишената чувствителност на европейските страни към опазването на околната среда, биоразнообразието и хуманното отношение към животните. Благодарение на държавните субсидии и повишения потребителски интерес през 90-те години биологичното земеделие започва убедително да завоюва своя територия в световен мащаб, в това число и в България.

Реформите в ОСП за програмния период 2014-2020 г. предвиждат 30% от националния таван за директни плащания да бъде отделен за т.нар. зелени плащания, които биологичните производители ще получават директно (безусловно). Развитието на земеделието в ЕС след 2014 г. и финансирането му е все по-тясно свърза-

но с темата екология и устойчиво използване на природните ресурси. В предложението за нов Регламент на Европейския парламент и на съвета относно подпомагане на развитието на селските райони от европейския земеделски фонд за развитие на селските райони за периода 2014-2020 г. се предвижда създаването на нова мярка „Биологично земеделие“. Много европейски влиятелни неправителствени организации в сектора настояваха да се признае важната роля на биологичното земеделие в световен мащаб и да се даде възможност на биологичните фермери да получат справедлива цена за своя труд.

Финансовото подпомагане на биологичното производство в страната се осъществява главно със средства по някои от мерките от Програмата за развитие на селските райони 2007-2013 г. (ПРСР):

- Мярка 214 „Агроекологични плащания“, подмярка „Биологично земеделие“, направления „Биологично растениевъдство“ и „Биологично пчеларство“ – по нея кандидатстват голяма част от българските



Броят на биомагазините расте



биологични производители в период на преход и преминали периода на преход. С официално одобреното шесто изменение на ПРСР са приети нови по-високи нива на компенсаторните плащания за биологичните производители.

- Мярка 121 „Модернизирани на земеделските стопанства” - за инвестиции в специални съоръжения и механизация, сгради, друга недвижима собственост, включително трайни насаждения и съответно оборудване, необходими за преминаване на стопанството към биологично производство.

- Мярка 142 „Създаване на организации на производители” подпомага създаването на организации на производители на биологично произведени продукти.

- Мярка 111 "Професионално обучение, информационни дейности и разпространение на научни знания" финансира провеждането на информационни дейности и обучителни мероприятия за биологичните производители, тясно свързани с тяхната дейност.

Източник: МЗХ



## СТАТИСТИКА

Според статистическите данни най-силно развито е растениевъдното бионаправление, следвано от животновъдство и преработка на биологични продукти. През 2012 г. общо култивираните площи, отглеждани по методите на биологично производство, бележат ръст с 9488 ха спрямо предходната 2011-а. В сравнение с 2009 г. увеличението е повече от три пъти. От биологичното растениевъдство най-предпочитани от земеделските производители са трайните насаждения, техническите и зърнено-житните култури.

Площите, заети с трайни насаждения, отглеждани по биологичен начин, през 2012 г. са 10 959 ха, което е с около 4500 ха повече в сравнение с предходната година, или увеличението е около два пъти. Ръстът се дължи основно на повишените площи на костилкови овощни видове, семкови овощни видове, ядки и лозя.

Продължава да нараства интересът към групата на орехоплодните видове - орехи, лешници, бадеми и кестени. Площите на тази група култури имат значителен ръст през 2012 г. - с около 3000 ха в сравнение с 2011 г., като през 2012 г. са 5981 ха към 3034 ха за 2011 г., т.е. увеличението е близо два пъти. През 2012 г. в сравнение с 2011 г. насажденията с лозя, отглеждани по биологичен начин, са нараснали с около 600 ха, съответно от 1455 ха през 2011 г. на 2058 ха през 2012 г.

Основен фактор за развитието на биологичното лозарство, по-специално отглеждането по биологичен начин на винени лозя, е

влизането в сила през 2012 г. на новия европейски регламент, като на производителите на вино от биологично грозде е позволено да използват термина биологично вино върху етикетите си.

Площите, заети с технически култури в система на контрол, през 2012 г. са 7909 ха (в т.ч. площи с маслодайна роза, ароматни култури, медицински растения и подправки), което е с около 2000 ха повече спрямо 2011 г. Увеличението се дължи на площите, заети от слънчоглед, където ръстът през 2012 г. е с около 37% повече спрямо 2011 г., и репица - с около 43% повече.

През 2012 г. площите в система на контрол, заети със зърнено-житни култури, имат ръст с около 1000 ха спрямо предходната година, достигайки 7532 ха. Отглеждат се основно пшеница, царевича, ечемик, ръж, овес и тритикале.

През 2012 г. в биологичното животновъдство също продължава да се наблюдава положителна тенденция. Броят на говедата, отглеждани по биологичен начин, нараства спрямо предходната година и достига 1173 животни към 976 животни за 2011 г. Регистрираните в система на контрол през 2011 г. 200 бизона се увеличават и към края на 2012 г. те са вече 260. Нарастване се наблюдава и в броя на овцете. Броят на пчелните семейства се увеличава от близо 59 000 бр. през 2011 г. на около 85 000 бр. през 2012 г., което е с около 45% повече регистрирани в система на контрол пчелни семейства, в сравнение с 2011 г.

Източник: МЗХ >



Елена Герганова,  
търговски директор на „Гимел“ АД:

## Биопродуктите са елитната част на производството

*За да има растеж, секторът се нуждае от механизми за насърчаване и подкрепа*

Имаме нови производства и търсим нови ниши за реализация. Направихме оазис в урбанизирания град и открихме представителен магазин „Здравословна Зона“ на бул. „Арсеналски“ 21 в столицата, който е като наш шоурум. В тази малка гървена къщичка предлагаме от всички продукти на „Гимел“, а също от други български производители, наред с това има и вносни биопродукти. Успяхме да намерим начин да достигнем до клиентите и те да са близо до нас, за да имаме контакт с потребителското търсене в чистия му вид. Погрижихме се да има и малка градинка. В нея отглеждаме зеленчуци и подправки, за да показваме на гецата как растат и какви грижи изискват. Имаме мултимедия, на която излъчваме филми за производителите. Това е нашият начин да информираме за здравословния начин на живот.

### *Нагласи на потребителя*

Установяваме, че хората вече знаят госта за биопродукти-

те. Наясно са, че те са чисти и натурални, отгледани са без намесата на каквато и да било химия. Стоките на българските производители имат допълнително предимство, тъй като не са пътували на големи разстояния. За наша радост, българите предпочитат да купуват българските биопродукти. Виждаме, че клиентите ни оказват пълно доверие и не подлагат на съмнение декларираното чрез нашите сертификати.

### *Порастване*

„Гимел“ има производства на три места в страната. В град Левски разполагаме със 120 гка оранжерии. Другите наши площи са от двете страни на с. Звъничево до Пазарджик – 320 гка оранжерии и 400 гка открити терени. „Гимел“ е в топ три на производителите на биокраставици в Европа. Това стана в резултат на много усилия и много труд.

Започнахме през 2000 г. като конвенционален производител и имахме половината от сегашни-

те площи. За да сме конкурент на западноевропейския пазар, трябваше да намерим нещо нестандартно в подхода. Преминихме към биологично производство, което тогава беше нещо повече от авантюра. Това обаче беше нашият шанс да влезем в съвсем нова ниша. Преминихме поетапно към различната технология – започнахме с 30% от площите и от заетите, постепенно разширявахме биопроизводството и през 2007 г. всички терени бяха сертифицирани. Вече няма и квадратен сантиметър, който да се обработва с химия. През пролетта и лятото отглеждаме всички типични зеленчуци и предлагаме над 40 артикула, сред които спанак, зелена салата, рукола, подправки, пипер, краставици, домати, зелен фасул, тиквички, патладжан, млечна царевица, тиква Хокайдо, гиня.

### *Мащаб*

Има много биопроизводители, които отглеждат по любителски начин. Тръгнат ли да увеличават мащаба си и достигнат ли европейския стандарт, големината се превръща в бизнес, а размерът на всеки бизнес зависи от размаха на предприемача. Колкото той е по-инициативен и мащабен като мислене, толкова по-големи ще са постиженията.

Биопроизводството не може да измести конвенционалното производство. То ще остане бутиковата част на храненето, защото е нискодобивно. И ако се върнем на темата на изхранването в световен мащаб, ще видим, че човечеството се нуждае от

Високодобивни нискобюджетни култури.

## Пазарите

Основните ни клиенти в страната са повечето търговски вериги. В Германия сме топдоставчик, работим и с някои от веригите и логистичните центрове в Западна Европа. Напоследък доставяме в Румъния, след

този вид продукти върху тяхното здраве. На Запад това е нов вид култура, която се разпространява по всички възможни канали на информация и повечето хора съвсем целенасочено търсят тези продукти. Може и да не купуват грехи от биопадук, но за бебето непременно ще вземат органични плодове и зеленчуци. У нас не повече от 20% от майките

да не сме посетили биопроизводители, супермаркети и специализирани биомагазини. Стараем се да пренесем най-добрите практики. На наш терен идваха и консултанти от цял свят. Биопродуктите са елитната част на производството и в цяла Европа вече има сериозна практика в това направление, в САЩ био-земеделието също е на високо

ниво. Във Франция и Холандия е натрупан уникален опит и оттам може да се вземат идеи как България да развие своето биопроизводство. Министерството на земеделието може да ползва ноу-хау от доказани специалисти в чужбина. Една добра идея е да се направят програми за болници и детски градини, по които да се изкупуват продукти от земеделските биопроизводители. Освен ефекта върху здравето, ще има стимул за развитието на този бизнес.

## Отворени врати

При биопроизводителите има неписан

закон да си помагаме взаимно, защото може да ни сполетят големи беди. Ние постоянно приемаме делегации откъде ли не, дори агрминистри на други държави са идвали да ни посетят. Отворени сме и за всеки производител, който иска да се запознае с нашите практики. Наскоро голям биопроизводител от Холандия дойде да види как произвеждаме „био-агенти“. Това са насекоми, които са добри в борбата за постигане на биобаланса. Сами отглеждаме >

като от Villa ни потърсиха. От Сърбия също имаме запитване за доставки. Явно интересът на Балканите към биопроизводството се събужда и така наши съседки стават наши клиенти.

## Клиентела

В България ниската платежоспособност е по-скоро оправдание. Често поради липса на достатъчно информация хората не посягат към биопродуктите. Те не са наясно какво значение има

захранват с биопродукти своите бебета. Нагласите и тук се променят, затова и процентът на търсенето на нашите стоки на вътрешния пазар бележи постоянен ръст. Това е благодарение на по-добрата информираност, тъй като от 2007 г. насам хората не са станали по-платежоспособни.

## Опит

За да натрупаме необходимия опит, пътувахме много. Почти няма европейска страна, в която



някои от биоагентите, иначе те се купуват. Има фирми, които се занимават само с това, но продават много скъпо.

### Проблеми

При нас проблемите не са в пазара, а идват от покачването на производствените разходи в България – цената на газа, на тока, на всички консумативи и средства за производство, в това число и цената на труда.

Нараснали са между 20 и 45% на различните пера, но тежат на всички производители, не само за нас. В последните четири години те се увеличиха драстично, затова цените може да се оптимизират само ако предлагането и търсенето се увеличат. Именно поради главоломно повишение на разходите и невъзможност за нарастване на приходите голяма част от малкия и средния бизнес прекрати дейността си. Нямаха

лостове за измъкване от това трудно положение. Няма обаче гаранция, че големите ще се справят по-добре. Всичко зависи от гъвкавостта на предприемача. Оцеляват най-добрите и затова кризите имат ефект за оздравяване на средата.

### Перспективи

В следващите 5-6 години биопроизводството в България ще продължи да се развива, а с него и търсенето прогресивно да нараства. Ще се достигне определен оптимум и там някъде ще се закрепят обемите.

Малките производители у нас биха могли да се кооперират, за да намерят по-лесен достъп до пазара. Но засега те не го правят. Бизнесът с биопродукти има своите специфики и много големи рискове, доверието вътре в сектора също е от голямо значение. Ще е нужно време за постигане на по-високо ниво на логистиката. Макар да сме големи, ние също имаме нужда от подкрепа. В България почти няма субсидии за биопроизводителите. През тази година получихме финансова помощ за килограм набрана първокачествена продукция, но тази схема работи за всички производители, без разлика дали са био. Има и субсидия на декар, но тя е незначителна.

В следващия програмен период Министерството на земеделието и храните би могло да отдели специално внимание на биопроизводството. Въпрос на решение е какви да са конкретните лостове за финансиране, може да се заимстват различни европейски практики. Така например преди няколко години посетихме производител на разсад в Холандия. Там имаше програма, по която държавата на 100% финансира отглеждането на разсад, тя го купува и после го дава на желаещи да развият земеделие по биологичен начин.

Има три ефекта – здравето на хората, подкрепа на биопроизводителите, опазване на околната среда. Стига да има воля, държавата винаги намира начин. **И**



\* Тя е меркантилна



**Бул Тренд Брокеридж ООД е инвестиционен посредник, чрез който ще ОВЛАДЕЕТЕ нови финансови ресурси.**

Доверително управление / Електронна търговия / Финансови консултации /  
Управление на активи / Акции / ДЗР / Валута / Петрол / Злато /  
Компенсаторни инструменти / Структурирани продукти



\* Пристрастена към печалба

Гергана Ташкова:

# Работата е ключ към растежа

Гергана Ташкова е управляващ съдружник във фирма MAPC Армор ООД - производител на средства за лична балистична защита - бронирани жилетки, бронеплочи, балистични щитове, костюми за разминиране.

Ексклузивен представител за България на мъжката линия на френската марка CACHAREL.

Тя е и деен участник в много благотворителни каузи, меценат и тамплиер.

”

Камъкът си тежи на мястото - затова разширяваме производството в България и тук развиваме своя бизнес

“

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

**оспожо Ташкова, наричат ви Бронираната лейди.**

**Но как се чувствате във времената на световна нестабилност, а и на вътрешнополитическа криза, която продължава повече от шест месеца?**

- Още по-бронирана съм. Нашият бизнес не се влияе от световната икономическа криза, той се развива по други правила. За радост, работата върви, разширяваме производството. Купихме още земя до фабриката и през август-септември започваме строителството на нов цех. Бронирана съм, защото, от една страна, имаме поръчки, но от друга, политическата нестабилност в страната и липсата на ясни правила в бизнеса спъват развитието. Хората се чувстват несигурни за парите и за бизнеса си, непрекъснато е какво ще се случи и всеки гледа, ако може, да направи бързи пари и да ги скъта някъде, не да ги инвестира.

**- Защо няма интерес към инвестиции?**

- Само такива като нас от „MAPC Армор“ се наемат с безумната лудост да разширяват производствения си капацитет.

**- Кое ви подтикна в тази сложна ситуация да предприемате такава стъпка и то в България?**

- А къде да инвестираме?! Камъкът си тежи на мястото. Ще дам конкретен пример. Мой племенник и приятелката му завършват магистратура в Лондон и са взели решение да се върнат в България, при положение че и майка му е там от 15 години. Изчислил, че с парите, които ще изкарва тук и там, ще

може да поддържа едновременно стандарт на живот, докато повечето българи си мислят, че като отидат на Запад, ще печелят много. „Каквото и да правим, навън сме чужденци. Тук са моите приятели, във всеки момент има с кого да се видя, има и кой да ми помогне, ако се налага“, твърди той. Затова камъкът си тежи на мястото, изключвам онези, които са успели със зъби и нокти в чужбина. Другите преиграват и не смеят да признаят истината. Не включвам хората, които са специално поканени, тъй като на тях им се осигурява всичко, за да се разгърнат в работата. Ето защо инвестираме в България и искаме тук да правим бизнес.

**- Няма ли да изпитвате все по-голяма криза за качествена работна ръка?**

- Опасността не е предстоеща, ние вече имаме недостиг. И в момента тежат обяви за набиране на специалисти по външна търговия. Игват хора с изключително високи претенции. Няма проблем да им дадем заплатите, които те искат. За нас обаче е важно да се убедим в техните способности и трябва да има период, в който да докажат, че заслужават подобно възнаграждение. След това сме готови да им осигурим високото възнаграждение, но докато не са показали изключителни умения, няма как да се плащат огромни заплати. Ние сме в специфичен сектор, минава се през много обучения, а и пазарите не са широко отворени. Нискоквалифицирани кадри не липсват, но намирането на специалисти с висока квалификация става трудно. Оказва се, че ще разширяваме фабриката, а няма >

*Политическата  
нестабилност  
и липсата на  
ясни правила  
спъват бизнеса*

---



кой да работи. Търсим инженер под дърво и камък и не можем да открием. Това е обезсърчаващо.

**- Какъв инженер е нужен?**

- Трябва да разбира от композитни материали, а у нас подобни специалисти липсват. Печелим европейски проекти, купуваме скъпи нови машини, а после няма кой да работи с тях. Какво да правим при този глад за професионалисти? В момента няма никаква връзка между образователната система и реалния бизнес. През тази година само веднъж гоуџоха студенти от УНСС, инициативата беше на нашия търговски директор, който е бил преподавател там. Имаме желание да сме в по-тесен контакт с образованието, но трябва да има ясни правила на взаимодействие. Иначе кой днес може да си позволи риска да дава стипендия на студент, който, след като завърши, ще отиде да работи другаде. Бизнесът и образованието са две различни вселени и това ни тормози много.

**- Как да се изгради връзката между бизнеса и образованието? Вече липсва интерес и към професионалните гимназии...**

- Сега на децата не им се учи. Те не могат да разберат, че дипломата нищо не значи, само знанията и уменията са ценни.

**- Готови ли сте да вземете стажанти при вас и при какви условия?**

- Ще договорим условията, това не е проблем. Ще им плащаме, но те трябва да работят. Бихме взели на стаж хора, които ще са полезни в нашата дейност. Трябват ни машинни инженери например. Маркетингът е много специфичен и сделките са направени, преди продукцията да е произведена. Бронжетките не стоят на склад в очакване да намерят пазар. Маркетинговият отдел по-скоро организира изложенията.

**- Какво убива на бизнеса с бронжетки?**

- Административните спънки са безброй. Ако освободим една шивачка, тя би могла другаде да си намери работа. Но ако компанията фалира, целият персонал отива в бюрото по труда. Ще бъдат засегнати и нашите подизпълните-

ли в цялата страна. Те разчитат на нас, защото им осигуряваме регулярни поръчки, а наред с това и плащанията текат навреме. Отговорността е голяма, а липсата на сигурност ни носи огромен стрес.

**- Имало ли е години, когато да сте усещали по-здрава почва под краката?**

- Несигурността е постоянна. Истината е, че тя се засили в последните години със задълбочаването на световната криза, с грешките, които направи кабинетът „Борисов“, а сега с протестите – това дебалансира икономическата обстановка. Освен всичко друго управляващите години наред канят инвеститори отвън и им дават преференции. В същото време не се грижат за тези, които са вътре в страната. А ние тук създаваме работни места, тук плащаме данъците си, тук харчим парите си.

**- Мери се с двоен аршин ли?**

- Получава се така, че за българските инвеститори винаги се намира начин как да им отрежат нещо. Ето какво се случи в „МАРС Армор“: Една от служителките във фирмата повече от месец ме молеше да назначим съпруга ѝ, който е пенсионер по болест. Отвори се подходяща за него позиция, за която спешно трябваше да намерим човек. Решихме да го вземем ипоръчахме още на следващия ден да гоиде на работа, като донесе и нужните документи. Той пристигна, но без трудова книжка. Минаха ден-два, той пак не я носи и, не щеш ли, гоиде инспекция. Наложиха ни 5 хил. лв. глоба за това, че един току-що започнал работа е без

договор, макар всички да са максимално осигурени. Толкова ли голямо престъпление сме направили, че искаме да помогнем на един човек? При нас заплатите се превеждат по банков път, всичко е на светло. Виждат работеща фирма и търсят за какво да я санкционират. В средата на юли излезе съдебното решение за обжалваната от „МАРС Армор“ санкция, която беше намалена на 1500 лв. Въпреки всичко остава горчивината от несправедливото отношение. Тези пари можеше да бъдат използвани за много по-добри каузи. Колеги ми казаха, че подобни проверки се правели с цел да се налагат глоби, за да влязат повече пари в бюджета. Хващат се за гребни неща, а не се интересуват от изключително добрите условия на труд, които сме създали, че работниците имат безплатен обяд, че редовно получават заплатите си, че ползват отпуски, че извънредният труд се заплаща. Колко ще спечели фирмата, ако скрие един човек с най-ниска заплата... Ако искаме да играем толкова на гребно, нямаше да развиваме благотворителност и да спонсорираме инициативи на децата в Костинброд, където е нашата фабрика.

**- Не излиза ли, че сивият бизнес се чувства по-добре в такава обстановка?**

- Бизнесът отдавна разбира, че всички, които работят на светло, лесно може да бъдат ударени – все ще се намери за какво. А онези, които са в сивия сектор, дори да ги хванат, им се разминава.

**- Дали ще се справим с тези двойни стандарти, с които администрацията мери бизнеса?**

- Сигурно може, но трябва да гоидат нови поколения. Ясно е, че бързо няма да стане, но поне трябва да се поставят основите и някой да има волята да спазва определени правила. Така вместо администрацията да е рестриктивен орган, тя може да гоиде на проверка и да напише препоръки, преди да налага глоби. При изработването на такива правила не е нужно да откриваме топлата вода, има европейски държави с добре работещи държавни структури и

”

*Има двоен стандарт и винаги се намира начин българските инвеститори да бъдат ударени*

“



”

*Бизнесът и  
образованието са две  
различни вселени и  
това ни тормози много*

“

оттам може да вземем положителен пример. Но вече си мисля, че някому не е угодно да има правила на играта. Много хора ходят навън, гледат, учат се уж. Справките показват, че прекалено много са пътуващите в чужбина за гържавна сметка. Същите тези хора, които карат гърнето да ври, не си гържат тук парите, а ги влагат там, където има правила. Те много обичат да разказват къде са ходили и какви са законите и нормите по онези географски ширини. Оказва се, че в България дори тези, които пишат някакви правила, не искат те да важат за самите тях. Но щом Пенчо не бива да прави нещо, то и за господин Пенчев не трябва да е позволено. Знаем, че и в нашата страна нещата може да се оправят, ама друг път...

**- Ако днес с  
Вашия съпруг  
Пламен Ташков  
трябваше да >**





**започнете от нулата, дали бихте имали смелост в тези времена?**

- Трудно е да се каже. Вероятно пак щяхме да започнем, защото, така или иначе, сега се заемаме със строителството на нов цех. Ако сме притиснати до стената, както тогава, сигурно пак щяхме да търсим начин. Човек действа според условията и времето.

**- Имате ли отговор как да излезе България от бездънната яма, в която все по-дълбоко влизаме?**

- Като работим. Трябва да спрем с непрестанното недоволство. Имаме нужда от положителна енергия.

**- Да работим, но безработицата расте...**

- Тя расте, защото пак стигаме до правилата в бизнеса. Ако ги има, всичко ще е по-лесно. Освен това като говорим за правила, трябва да кажем, че те не бива да са едни и същи за големите и за малките. Глобата не може да е еднаква иза мултинационалната корпорация, и за малкото квартално магазинче, което изхранва едно семейство. Глобиш ли ги с 5 хил. лв., те загиват.

**- Тази загълбочаваща се криза може ли да се разреши с нови избори?**

- Не! Твърдо съм убедена в това. Протестират, а не знаят какво точно искат и как да стане. В България сме свикнали да мразим силно, тук сме цяла нация хейтъри (от англ. hate – мразя). Мразим, не харесваме, недолюбваме, не обичаме, не искаме, но повечето българи не могат да кажат какво искат, какво обичат. Има протести, а никой не застава с ясна позиция каква промяна да се направи и как точно да се решат проблемите. Всеки казва: „Не искам повече това.“ Откъде да потече благоденствието, след като производството е гръбнакът на всяка икономика, а в България няма производство. И все повече няма. Трябва да спрем да се сравняваме с другите и да се хванем за работа. Ако ще се сравняваме, нека да е с българите преди Втората световна война например. Ако ще правим сравнения със Запада, нека

*Мразим, не харесваме,  
недолюбваме, не  
обичаме, не искаме, но  
повечето българи не  
могат да кажат какво  
искат, какво обичат,  
от каква промяна  
се нуждаят*



да видим и какви глоби плащат, ако си хвърлят фасата на улицата. Всеки иска да живее като лорд, но не се интересува колко много работи той.

**- Вижда се само лъскавата страна.**

- Това се забелязва и се спира готук. Аз работя дори когато съм на светски събития, защото отговарям за имиджа и на двете си компании.

**- Така неусетно стигнахме и до другия ви бизнес.**

- Бизнес мой, мъко моя... Вносител съм на Cacharel за България и това е любимо хоби, което превърнах в бизнес. И той отново е свързан с мъжете. Моя приятелка, която също има свой бизнес, реши да стане носител на модна италианска марка за мъже. Мениджърът за мъжката линия я посъветвал да си гледа другия бизнес и да не се захваща с мъжете, защото това е най-трудният сегмент на пазара. Ако го знаех по-рано, вероятно щях да преосмисля плановете си, но вече инвестицията е направена и няма връщане назад. Сега имам нелеката задача да обличам мъжете и да им помагам да са изискани и елегантни.

**- Какво разбрахте през това време за мъжете?**

- Те са трудни клиенти, обичат да бъдат глезени и имат самочувствието, че знаят всичко за модата. Опитвам да покажа на българския мъж, че Cacharel не предлага само костюми. Понякога като стане ясно, че съм носител

на тази модна марка, чувам отсрещно как мъжът няма нужда от костюм. Но според мен всеки мъж има нужда от хубав костюм, защото все ще му се наложи да отиде на някакво специално събитие. Облеклото е отношение към другите и чрез него изразяваме себе си. Недопустимо е на бизнес срещи да не си в изискан костюм. Когато правим сделки за милиони, не бива да си евтино облечен. Също така по външния вид на мъжа ще познаемте каква е жената до него. Мъжът е огледало на жената.

**- Как българските политици и бизнесмени се вписват в модната линия?**

- Има политици, които умеят да се обличат добре и излъчват съответното послание. Облеклото е имидж и в бизнеса на Запад има греског. На определена позиция грехите трябва да са в съответен ценови диапазон – ни повече, ни по-малко. Ако шефът на банка е с изключително скъпо облекло и кола, клиентите няма да му вярват.


**- Какво е добре да знаем за облеклото?**

- Дрехите ни представят и издъхват не само финансовото състояние, но и отношението към света. Облеклото трябва да е добре подбрано съобразно ситуацията. Качествените костюми прилягат перфектно, удобни са и дълго запазват формата си. Изисканият костюм е отлична инвестиция.

**- Защо марката е важна?**

- Когато една марка е защитила себе си на пазара, тя е доказала сила. Купувайки определена марка, купувате качество. Изберете ли Cacharel, получавате перфектна линия, която се забелязва и от хора, които не са познавачи. Добрата линия винаги е била на мода, а бранд, който държи на имиджа си, сесъобразява с последните модни тенденции. И забравете – на мъжа му е позволено да не е красив, но не и да е зле облечен. Ако кариерата и представянето ви в обществото са важни за вас, вложете повече пари в костюма.

**- Кои е последният писък на модата в мъжката линия?**

- Добре облеченият мъж. 

*Упоритостта, с която ЕРП-тата крият от клиентите и миноритарните акционери информация за плащанията към свързани лица, продължава да буди съмнения \**

**ВЛАДИМИР МАЛЧЕВ,**  
ИП Бул Тренд Брокеридж

Само допреди година почти никой не се интересуваше от енергетика, ЕРП-та, електроснабдяване и т.н. Точно тогава обаче енергоразпределителните и енергоснабдителните гружества вече се превърнаха в най-интересната и обсъждана тема за инвеститорите на Българската фондова борса, защото четири от тях се очакваше да излязат за търговия на борсата няколко месеца по-късно, както и стана. При небивал за последните години интерес от гребни индивидуални до големи институционални инвеститори, предложените акции, притежание на гържавата, бяха изкупени като топъл хляб. Защо имаше такъв интерес към тези акции? Защото се считат навсякъде по света за нискорискови, стабилни, със сигурна и постоянна, макар и неголяма възвръщаемост – бизнес, който не спира, трудно фалира и обикновено е убежище за капиталите в смутни икономически времена. Съвсем логично всеки сериозен борсов играч би желал да обогати портфейла си с емисия, която носи такъв рисков и икономически профил. Срещу това гържавата получи постъпления от над 180 млн. лева. И изведнъж през февруари приказката свърши. Оказа се, че енергетиката, която е изцяло подвластна на решенията на гържавни органи и политически



# Енерго под високо напрежение

централи, и в която доминиращо положение имат тромави и неефективни гържавни компании, е пред колапс. Кризата в отрасъла се развие с намалението на цената на тока през март по чисто политически причини и без здрави икономически аргументи, а сега хаосът е на път да се „усъвършенства“ с поредното политическо намаляване на цената за населението, отново без здрави икономически основи и отново за сметка на едва оцеляващия бизнес.

Общото в тези ситуации е, че почти единствената и най-удобна мишена на политици, прокурори, ДКЕВР се превърнаха „лошите“ чужди ЕРП-та. Защото останалите в сектора са изцедени, окрадени и затънали в дългове гържавни компании, частни компании с дългосрочни договори с гържавата, ВЕИ-та, закриляни от закона на същата тази гържава, близки до

тази или онази власт компании. При това положение се тръгна на поголовно рязане на разходи, на инвестиции, на признати технологични загуби на ЕРП-тата и т.н.

И тук стигаме до новия фронт, който се отваря срещу въпросните енергоразпределителни гружества. Напълно основателно съвсем скоро едно от тях – „ЧЕЗ Разпределение“ – попадна и под натиска на своите най-нови акционери – тези, които закупиха миноритарния гържавен дял през фондовата борса. Каква е историята тук? Всеизвестно е, че ЕРП-тата, както и енергоснабдителните гружества, правят значителни разходи за външни услуги, като голяма част от тях са за услуги, които се извършват от свързани лица. Точно тези разходи дават основание на мнозина за спекулации, че по този начин гружествата се източват и се облагодетелстват мажоритарните им собственици и това става

\* Материалът не е препоръка за вземане на инвестиционно решение

\*\* Заглавията са на редакцията



за сметка на потребителите и за сметка на миноритарните акционери – преди това беше държавата, сега са разнообразни инвеститори от България и чужбина. Тези разходи се правят по т.нар. SLA договори, които са рамкови, дългосрочни договори и са сключени от дружеството със свързаното лице „ЧЕЗ България“ и касаят основно финансово-счетоводни услуги, правни услуги, услуги в областта на човешките ресурси, връзки с обществеността, управление на собствеността, транспортни и логистични услуги и други. За последните две години - 2011 и 2012, платените суми по тези договори са на стойност, съответно 54 и 52,7 млн. лева без ДДС. Освен тези плащания към свързани лица за извършени услуги, от одитирания финансов отчет на компанията за 2012 година става ясно, че към същото свързано лице „ЧЕЗ България“ изтичат общо 100,8 млн. за последната и 93 млн. за 2011 година. Разликата с по-горните числа идва вероятно по договори за доставка на стоки, материали и други.

Съгласно основния закон на капиталовия пазар – Закона за публично предлагане на ценни книжа, сделки със свързани лица на стойност над 2% от активите на

дружеството, както е и случаят с „ЧЕЗ Разпределение“, подлежат на одобрение от общото събрание на акционерите, като с право на глас са само миноритарните акционери, докато мажоритарният акционер няма право да гласува. За целта на едно такова одобряване мениджмънтът трябва да изготви мотивиран доклад, в който да изложи всички необходими факти, информация, данни по сделките, с което да убеди акционерите в необходимостта от сключването им.

Към момента позицията на мениджмънта, разбирай и на мажоритарния акционер ЧЕЗ е, че сделките със свързани лица не се нуждаят от одобрението на останалите акционери, тъй като договорът, на чиято база се сключват, е подписан преди „ЧЕЗ Разпределение“ да стане публично дружество по смисъла на Закона за публично предлагане на ценни книжа.

Позицията на останалите акционери, мотор на която са пенсионните фондове от групата „Доверие“, е, че сделките трябва да бъдат одобрени, а за да стане това, управителният съвет на „ЧЕЗ Разпределение“ трябва да сваля всички карти на масата и да убеди Общото събрание на акционерите, че сделките са максимално изгодни и полезни за дружеството, че всеки лев се разходва максимално ефективно и целесъобразно. Така това, което държавните институции не успяват да свършат толкова години, а именно да докажат на обществото, че то не е ограбвано от ЕРП-тата през сметките за ток, е на път да бъде осъществено от този, който винаги е по-мотивиран от държавата, а именно частният интерес, в случая на инвеститорите. Разбира се, случаят едва ли ще се разреши с компромис от страна на мениджмънта на „ЧЕЗ Разпределение“. По-вероятно е да се разчита на съда да обяви сделките със свързани лица след придобиването му на статут на публично дружество за нищожни.

Упоритостта, с която се крие детайлна информация за цените, на които се доставя всяка стока и услуга от свързаното лице, продължава да буди съмнения за надписване на сметката. Още повече едно такова съмнение се засилва от това, че компанията отказва и няма практика да разпределя дивидент

от печалбата си от дългосрочното присъствие в България, което повдига въпроса дали компанията-майка в Чехия не получава възвръщаемост от инвестицията си по друг заобиколен начин, както могат да бъдат само въпросните сделки със свързани лица. Не може да се отрече, че напоследък от „ЧЕЗ Разпределение“ полагат доста усилия в комуникацията с инвестиционната общност, като съвсем наскоро предоставиха допълнителни разяснения по сделките със свързани лица, от които става ясно, че ценообразуването по договорите за предоставяне на различните услуги от „ЧЕЗ България“ е в съответствие с българската нормативна уредба и с Правилата за трансферно ценообразуване на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР), а методът на ценообразуване и формирането на цените за всяка услуга е разработен от една от четирите водещи одиторски компании в света. От „ЧЕЗ Разпределение“ едва ли не се кълат, че по този начин получават услуги от най-високо качество при минималните възможни разходи, че постигат икономии от мащаба, избягват дублиране на дейности и административен персонал и т.н. Логичен е въпросът, щом всичко е толкова идеално, защо на малките акционери не се покажат конкретните параметри по сделките (например цена на час правна консултация или представителство по съдебни дела, цена на час счетоводна услуга, цена на метър кабел и т.н.), а през тях - и на обществото, и веднъж забива да се разсеят всякакви съмнения около дейността на чешката компания в България? Групата „ЧЕЗ“ в България може само да спечели от това, защото по този начин ще има на своя страна в непрекъснатата битка с ДКЕВР редица пенсионни, взаимни фондове, инвестиционни посредници и други участници на капиталовия пазар, имащи своето влияние в обществото. В обратния случай, ако продължи да упорства и да крие детайлите, а както се казва, дяволът е в тях, дори и да спечели спора в съда, ЧЕЗ ще се изправи пред тежък и траен конфликт с малките си акционери, който ще ерозира още повече и без това сериозно разклатената репутация на компанията в българското общество с всички негативни последици за бизнеса ѝ от това в дългосрочен план.

Рекорден дълг от 18 млрд. долара доведе града до най-големия фалит в историята на САЩ. Дали обаче само един амбициозен бизнесмен не е в състояние да го възроди? Дан Гилбърт притежава имоти за стотици милиони в Мотор сити и може със замах да осъществи грандиозните си инвестиционни планове

ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

Символът на американската индустриализация Детройт фалира в средата на юли. Служебно назначеният мениджър на града Кевин Ор внесе в съда искане за защита от кредитори, на които местната управа дължи над 18 милиарда долара.

Крахът на Мотор сити, както е известен градът - център на автомобилната индустрия (тук са централите на гигантите „Дженерал Мотърс“ и „Крайслер“), се дължи на много фактори, трупали се от средата на миналия век, но последните „пирони в ковчеза“ бяха сложени през изминалите няколко години на тежка финансова криза. От нея пострадаха сериозно основните двигатели в икономиката на града – автомобилните компании.

В последните години Детройт трайно се обезлюдява и блясъкът му залязва. Населението е намалало с 63% от 1950 г. насам и с 26% от 2000 г. насам. През 50-те години там са живели 1,8 милиона души. Десетилетие по-късно обаче заводите за коли започват да никнат и в други



# Спасяването

градове, а пазарът е атакуван от автомобилните концерни от Изтока, най-вече Япония. Така автомобилните компании, източник на печалби и високи заплати, първоначално стават катализатор за бурното развитие на града, но после допринасят за неговия крах.

Строителен бум съпровожда възхода на града и води до изграждането на много предградия, където се преселва бялото население. В края на 60-те има расови бунтове на чернокожите, които водят до пълното преселение на белите. Днес 78 000 сгради и 66 000 терена в града са изоставени и запустели, а едва 53% от частните собственици на домове си плащат данъците.

36% от населението живеят под прага на бедността. Безработицата е 18,5% - три пъти по-голяма от тази през 2000 г.

Престъпността е най-висока в цялата страна за селища с над 200 000 жители - 15 245 криминални инцидента през 2011 г. Полицията се отзовават на повикване за около 58 минути, при среден показател за страната 11 минути. Решават се само 8,7% от случаите. Едва 30% от линейките са в движение заради липса на средства

за поддръжка. 40% от уличните лампи не светят. Закрити са повече от половината паркове в града.

Приходите в хазната на града грастично намаляват с обезлюдяването и се теглят огромни заеми за плащане на общинските разходи. След 2008-ма темповете на спада стават все по-големи, кризата принуди дори гигантите като „Дженерал Мотърс“ и „Крайслер“ да бъдат спасявани с многомилардни помощи от гържавата. Днес градът е заприличал на призрак.

И все пак... като че ли има светлина в тунела? Все пак има индикации, че Мотор сити може да възвърне своята предишна слава. Един от считаните за потенциални спасители е голям местен бизнесмен, който има планове за възраждането на родния си град. Това е Дан Гилбърт.

„Купувай на ниска цена и продавай на висока“. Проста, но мощна формула за всяка печеливша бизнес сделка, която ако се потвъря достатъчно често, може да доведе до голям личен успех и състояние. Тя е и кредо на Дан Гилбърт, известен в национален мащаб в САЩ като собственик на баскетболния отбор Cleveland Cavaliers (Кливланд Кавалиърс). Той натрупва



Проектът на Дан Гилбърт за центъра на града



Централата на Quicken Loans в Детройт



Изоставените сгради в града са над 78 000

# на Детройт

състоянието си като основател на Quicken Loans, онлайн ипотечен кредитор, която му докарва общо 3,5 милиарда щатски долара в банковата сметка. Притежава освен отбора от NBA и участие в редица казина в Охайо и Мичиган. Днес Гилбърт може да се ослана на простата формула „Купувай евтино, продавай скъпо“, дори когато става въпрос за родния му Детройт, наскоро обявил най-големия фалит в САЩ. А според финансови специалисти все още не е достигната най-ниската точка на пропадане на града. Несъстоятелността на Мотор сити обаче може да бъде чудесна възможност за Гилбърт да удари с един куршум два заека - да спаси града и междуременно да направи състояние от това!

Роден в Детройт през 1962 година, Гилбърт прави първата си сериозна стъпка в бизнеса едва 12-годишен, когато заедно с малкия си брат започват да продават пица, направена в кухнята на майка им. За кратко доставят до съседите си, преди да бъдат затворени от здравните служби. Младият Гилбърт се дипломира с бакалавърска степен по журналистика от Мичиганския държавен университет, последвана от специализация в Детройт.

През 1985 г., заедно с няколко колеги и по-малкия му брат, Гилбърт основава Rock Financial, която до края на 90-те години се превръща в един от най-големите независими ипотечни кредитори в САЩ. Компанията му е откупена за 532 милиона щатски долара през 1999 г. и преименувана на Quicken Loans. Само две години по-късно обаче Гилбърт заедно с група частни инвеститори изкупуват компанията обратно само за 64 милиона



Дан Гилбърт може да възроди Мотор сити

долара. Днес Quicken Loans е най-големият онлайн ипотечен кредитор в страната и третият най-голям в света.

Банкрутът на Детройт може и да се окаже добра новина за Гилбърт, който през последните години натрупа допълнително сериозно портфолио, включително 30 сгради и пространство от общо 7,5 милиона квадратни метра. Неговата идея е да превърне Детройт в център с лека железопътна система, музеи, опера и гр.


Някои от забележителните вече реализирани обекти на Гилбърт в Детройт включват историческия Madison Theatre Building, в който се помещават технологични фирми като Twitter, както и историческата сграда Dime, преименувана на „Chrysler House“ в чест на наемателите си. Инвестициите на Гилбърт в града включват около 4 млн. квадратни метра търговски площи и още 3,6

млн. квадратни метра паркинг. Всичко това е закупено за по-малко от 50 долара за квадратен метър.

Стратегията на Гилбърт за Детройт започва през лятото на 2010 година, когато той премества седалището на Quicken Loans и 1700 от служителите си от предградията в центъра на града. Оттогава излива своите ресурси в помощ на крайречен Детройт, изграждайки железопътна линия. Той също е партньор във фонд за рисков капитал, който поддържа новозлюпени местни технологични фирми. В опит да привлече млади, образовани жители да живеят в града, Quicken Loans и няколко групи компании предлагат субсидии и

преференции за своите служители.

Дан Гилбърт е отговорен и за привличането на веригата за облекло Moosejaw. Според слуховете той активно ухажва Apple да построят нови магазини в центъра на града. И пак благодарение на неговата подкрепа, Детройт бе близко до домакинство на ESPN X-Games, като в крайна сметка загуби от Остин, Тексас, пише [www.celebritynetworth.com](http://www.celebritynetworth.com).

Днес инвеститорът живее в богато село на около 30 минути северно от Детройт, заедно със съпругата си Дженифър и петте им деца. Въпреки всички обществени бизнес сделки Гилбърт живее просто, без особен лукс. Затова и е известен като здраво стъпил на земята шегаджия, който цени откритостта и сътрудничеството. Делата му имат за цел да съживят Мотор сити, а това е голям залог, който носи рискове, но може и да е потенциална златна мина. 

Огнян Траянов:

## Дефицитът

*Инж. Огнян Траянов е носител на наградата „Мистър Икономика“ 2012 в категорията „За принос в развитието на информационните и комуникационните технологии“. Той е основател и собственик на софтуерната компания „ТехноЛогика“ и на нейния CAD/CAM център „ДиТра“, съосновател и член на Българската мрежа на Глобалния договор. Почетен консул е на Република Филипини в България.*

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

България не е дефинирала приоритетните области, в които да се развива. Още не се е стигнало до големия референдум, чрез който страната да определи курса на своята икономическа политика. Ресурсите са ограничени и затова държавата трябва добре да се фокусира.

„ТехноЛогика“ работи по дългосрочни проекти със своите клиенти и за голяма част от тях, които са големи чуждестранни компании или техни дъщерни фирми в България, както и за българските производствени предприятия, които изнасят продукцията си на външни пазари, политическата нестабилност не дава отражение в момента. Но когато говорим за големи проекти в публичната администрация, то тя несъмнено ще повлияе на подготовката и стартирането на следващи проекти и там вече ще последва забавяне. Имам обаче опасения за устойчивото развитие на вече създадените от нас информационни системи. Резултатите от нашата работа не са материални – това не са мостове, сгради, тунели, автомобили. Ние създаваме работещи системи, полезни



за обществото, за бизнеса, за администрацията. Когато има

### *времена на политическа турбуленция*

държавната администрация пропуска важни моменти от поддръжката и развитието на тези системи. Сменя се и концепцията накъде ще се развива електронното управление и досега всичко върви на приливи и отливи. Законът за електронното управление беше създаден в посока

обмен на документи, което вече е остаряло виждане за електронните системи и електронните услуги. После беше застъпена тезата за по-модерно решение и цялостна идеология на електронното управление, което не беше подкрепено от нормативни документи. Ето защо имам притеснение дали трудът и усилията ни в тази посока, които са били в продължение на няколко години, ще бъдат използвани по най-добър начин.

Времето ни притиска, страната е изостанала в много области



# на IT кадри е катастрофален

*Всичкото образование трябва да стане платено,  
а студентите да получават кредити, гарантирани от държавата*

и трябва да прескача етапи от развитието. Тези процеси трябва да са управляеми, но не бива да забвям от политическата окраска на хората във властта. Големи проекти като електронното управление трябва да се развиват самостоятелно и да не са обвързани с властовите трансформации.

От 6 до 8 години е реалистичният срок за постигане на големите цели на електронното управление във всички области – здравеопазване, данъци, административно обслужване и т.н.. Но първо целите трябва ясно да се поставят. А ако съумеем да дадем живи примери, че инвестициите в електронни услуги се изплащат бързо, тогава може би ще отпадне необходимостта политиките да преценяват с какъв приоритет да се инвестира в тези разработки.

## *Модерната форма на електронно управление*

е свързана с обмен на данни между различни информационни системи. Няма да ми е нужен документ, че вече съм подал документ, ако те са в интегрирана информационна система. Така няма напразно „да хвърчат“ писма, било то и в електронен вид.

Под въпрос обаче е дали обществото има доверие, че процесът на изграждане на електронното управление може да се развива успешно. Понякога се автоматизират услуги, които не са сред най-често използваните, или пък те не носят най-много полза на гражданите. Ето защо беше направен анализ и класация на административните услуги и на базата на тези данни



„ТехноЛогика“ се включи в инициативата на Министерския съвет „Отворени врати за ученици“

”

*Личната здравна карта  
е заблуда и опит на  
някои да спечелят  
милиони*

“

трябва да се прецени какво да се автоматизира. Само свързването на централните регистри на държавната администрация може да спести милиони. Когато фактите говорят и песимистите мълчат, трябва обаче да има полезни е-услуги от голям приоритет за гражданите, но за съжаление не може да се похвалим с много такива примери.

По отношение на електронното управление сме в ситуация „кокошката или яйцето“.

Предложим ли автоматизирани електронни услуги, администрацията

е скептична как гражданите ще се идентифицират и как електронно ще подписват своите заявления, като нямат електронен подпис, а той струва поне 35 лв. годишно. От друга страна, за да има стимул хората да си купят електронен подпис, трябва да има достатъчно услуги. Затова е време държавата да разреже този възел и да не се стига до нихилизъм, че малко хора ползват е-услугите. В началото те се използват повече от бизнеса. Сега фирмите масово разполагат с електронен подпис. Като видят преимствата, постепенно и гражданите ще започнат да предпочитат дистанционния контакт с администрацията.

България пропусна момента в личната карта да се вкара чип с универсалния електронен подпис на всеки. Така всеки гражданин, плащайки веднъж за картата, ще може да бъде цифрово идентифициран, същевременно неговите волеизявления ще бъдат подписвани с електронен подпис. В много области липсата

на електронен погпис попречи на развитието. Създадохме

## електронното пациентско досие

по задание на Националната здравноосигурителна каса (НЗОК), но се каза, че то не може да се ползва без електронен погпис. Намериха се оправдания. Трябва да се направи разумен баланс на риска от неправомерен достъп до лични данни и ресурсите, които са необходими, за да се въведат различните варианти на защита, да се видят и ползите, които гадена услуга носи. Но в много случаи публичната администрация няма капацитет да прави оценка на този риск. Добър пример в това отношение обаче беше интеграцията на банковата система, сега всеки може онлайн да наблюдава движението на парите си, а и да банкира от дистанция. Естествено, че съществува някакъв риск, но такъв винаги има. Може да катастрофираме, докато караме, но това не е отказало хората да ползват автомобили.

Пациентското досие е факт от години, но не зная защо още тогава то не получи популярност. Сега е достъпно със специални кодове, които се дават от регионалните здравни каси. Разбираемо, като институция, която прави много разплащания, НЗОК се стреми да ограничи възможните злоупотреби. Следващото развитие е пациентското досие да се превърне в здравно досие и то да може да се ползва от изпълнителите на медицинска помощ. Когато се отиде на преглед, лекарят да получи от пациента достъп до предишни изследвания.

Личната здравна карта е заблуда и опит на някои да спечелят милиони. На този етап издаването на здравна карта, валидна само в България, ще е ключ към здравното досие, а такъв ключ може да бъде занесен по много по-евтини начини. През 1995 г. донесох оптични лазерни карти и се опитвахме да ги наложим, когато все още нямаше интернет свързаност. Но днес има такава връзка и не бива да очакваме здравното досие да се съхранява офлайн. В тях може да се пазят данни като кръвна група, алергии, личен лекар, но

”

## Липсата на поддръжка е тежък грях към инвестициите за създаването на информационната система

“

и това е доста старомодно. Такива лични здравни карти не са нужни, а е по-добре по естествен начин да се стигне до бъдещите лични смарткарти с чип, които ще са за електронна идентификация към всички информационни системи. Безсмислено е да пълним портфейла си с различни карти, за да се идентифицираме към различните системи.

Един от въпросите е как да направим така, че лекарите да може

да ползват съхранените данни в пациентското досие и то да прерасне в здравно досие. Има редица неизвестни, които трябва да намерят отговор, в това число и нормативно. „ТехноЛогика“ е готова за половин година да направи електронната здравна рецепта за лекарства, които се реинбурсират от здравната каса. Дори средствата са пренебрежимо малки на фона на ефекта, който ще е свързан с удобства за пациента и най-вече за превенцията срещу злоупотреби.

Има един проблем, свързан с проектите за публичната администрация, и това е

## недооценяването на нематериалните активи

Неглижиран бе въпросът с търговските марки и частни лица откраднаха от българската държава популярни брандове. По същия начин



Даниела Цонева от TV „Ангел Кънчев“ е победител в университетското състезание SolidWorks 2013, което е част от програмата „Инженерното образование - солидно и работещо“



В края на стажантската програма на „ТехноЛогика“ всички участници получават сертификати за преминалите обучения, а най-добрите - предложение за работа в компанията

се пренебрезва и стойността на информационните системи. Когато са разработени по поръчка, те трябва да се впишат като нематериални активи в счетоводните книги на публичната администрация. И както се плаща за поддръжка на асансьорите или на автопарка, трябва да се заделят средства за поддръжка и на информационните системи. Навсякъде по света се знае, че поддръжката на една информационна система годишно струва 15-20% от нейната стойност. Спестят ли се, само след няколко години се стига до критична ситуация, в която ще трябва да се купи нова информационна система. Често при липса на поддръжка се стига до т. нар. замърсяване на данните, което води до смърт на информационната система, но с това си отива и цялото богатство от данни. По-нататък те не може да бъдат ползвани, не може да се правят анализи и да се вземат правилни решения. Липсата на поддръжка е тежък грях спрямо инвестициите за създаването на информационната система. А що се отнася до обществените поръчки, които се печелят по критерий „най-ниска цена“, ще припомним репликата на един от американските астронавти. В извънземен полет го питат: „Как се чувствате, като управлявате това технологично чудо?“. Той отвръща: „Виe как бихте се чувствали, ако управлявате такава огромна машинария, в която има десетки хиляди детайли, и всеки от тях е доставен

”

*Как бихте се чувствали, ако управлявате космически кораб, в който всеки детайл е доставен по критерий „най-ниска цена“*

“

по един-единствен критерий – най-ниска цена?”

В държавната администрация липсва разбирането, че

*добрят  
IT специалист  
струва скъпо*

Той може да получава повече от официалната заплата на един министър. И това отразява пазарната реалност. Гласът на бизнеса не е достатъчно силен, за да убеди управляващите, че тези професионалисти трябва да бъдат допълнително стимулирани с бонуси за успешни проекти, а когато там се получи вакуум за квалифицирани кадри, няма качествени задания и в обществените поръчки не може да се гарантира,

че ще се получи нещо работещо.

Проблемът с дефицита на кадри е ужасяващ. Положението не е кризисно, то е катастрофално. От информация в медиите научих, че тази година в СУ „Св. Климент Охридски“ за специалността Информатика, която е основната ковачница на кадри, са приети 100 студенти, право ще учат 350 души. Това е абсолютно недостатъчно за българската IT индустрия. За да се реши

*проблемът с кадрите*

първо държавата трябва да спре да изпраща грешни послания към чуждестранните инвеститори. Твърди се, че тук има евтини и добре обучени софтуерни инженери. Те нито са толкова евтини, нито ги има свободни на пазара. Поради недостига, заплатите им скачат непрекъснато, дори и по време на криза. А когато големи софтуерни компании дойдат у нас, те се сблъскват с липсата на кадри и тогава обезкървяват българската икономика.

Осъзнаваме своите отговорности в решаването на всички тези проблеми и не стоим пасивно. Работим отдавна с университетите и първата стажантска програма на Американския университет беше в „ТехноЛогика“. През юли стартира тазгодишното издание на стажантската ни програма. В нашия учебен център всеки един студент ще получи обучение на пазарна стойност няколко хиляди евро, но за тях то не само е безплатно, но получават

и заплата. Стажантите ще бъдат подпомагани от ментори.

Голямото предизвикателство, което вече сме преодолели, е да се намерят реални задачи, подходящи за техните умения и квалификация.

Открихме учебен център „Технологика“ през 1995 г. и той беше сертифициран от западен технологичен гигант. Някои колеги смятаха, че е научно да се разчита хората да си плащат за обучение. Но по онова време технологиите се сменяха бавно и това ставаше на около четири години, сега това се случва всяка година. Сега в нашия учебен център се обучават хора основно от корпорациите и търговските дружества в България. Още преди години предупреждавахме, че ако начинът на преподаване в университетите не се промени и не стане привлекателен, българската индустрия ще пострада сериозно. Тогава създадохме програмата „Инженерното образование е солидно и работещо“ и променихме преподаването по автоматизация на инженерния труд в девет наши университета и техните филиали, както и в едно висше училище в Македония. От четири години насам обаче установяваме, че няма интерес към техническите и природонаучните специалности. Когато на входа на университетите идват малко и некачествени студенти, не може да очакваме да го завършат много и качествени специалисти.

Проблемът с образованието и кадрите трябва да се решава с холистични методи, както се лекува специфична болест с много проявления, която се влияе от различни фактори.

## Модельт „Парите следват студента“

прилича на пазарен, но не е. Той стимулира да се приемат повече хора, дори когато нямат необходимите качества, и да не се санкционират, когато проявяват несериозно отношение, иначе ще намалее парите, които университетът получава. Това, което трябва да се направи, е образованието да стане платено в явна форма, а студентите да получават кредити, гарантирани от държавата. За подобна



Огнян Траянов на церемония за връчване на европейски отличия по корпоративна социална отговорност

”

*Платеното висше образование ще накара младите хора да са отговорни към парите за обучение, а не да търсят лесна диплома*

“

реформа се изисква последователност в приоритетите на страната. В съвременния свят движението на хора става свободно, но ако след завършването решат да се реализират в друга държава, те ще трябва да върнат субсидията. Така ще се сложи и край на практиката да сме донори към развитите икономики. Ако искаме ценните хора да не отиват масово да учат зад граница, те трябва да виждат поне 3-4 университета у нас, които не правят компромис с образованието. Такава крачка скандализира и плаши, но по-добре край на мъката, отколкото мъка без край. Младите избират университет в чужбина, тъй като няма доказателства, че тук ще получат елитно образование. Задачата пък на бизнеса е да им покаже, че после ще намерят добра реализация в страната. Изборът къде да вложат кредита ще означава отговорно решение и те ще се интересуват къде е най-високо нивото на образование, а не

къде най-лесно ще получат диплома.

В процеса на прехода бе разрушена ценностната система, без да изградим нова. Трудът е истинската ценност и затова предложих в Националната мрежа на Глобалния договор на ООН един проект - „Гордея се с труда на моите родители“, който бе подкрепен и доразвит. Идеята е децата да осъзнаят, че родителите не ходят на работа, за да получават пари, а за да създават блага. Парите са само удобно средство за оценяване и размяна на резултатите от труда.

За да се повиши интересът на младите към техниката и технологиите, си поставих за цел да създам научен, технологичен, атрактивен и интерактивен Дисниленд, наречен TechnoMagicLand. Там децата ще се запознават не само с артефакти от развитието на науката, но ще има и установки, за да видят кое как работи. Така на практика ще реализираме мисълта на Конфуций „Те ми казаха и аз забравих, те ми показаха и разбрах, аз го направих и научих“. Те ми казаха и аз забравих – това е българското образование в момента. Ще показваме, за да разберат. Но те също така ще правят, за да научат. Ето защо предвиждаме и лабораторни занимания по интересни теми като програмиране на роботи, планетарни модели, експерименти по физика. Това ще помогне и за кариерната им ориентация, за да се сложи край на досегашната практика децата да избират какво да учат, а не какво да работят. **И**



Новият  
Concept Store  
на банката в  
София

Портфейл

*За бъдещото развитие на софийския клон на френската БНП Париба С.А. и за новите продукти и услуги на банката разговаряме с Ханс Бруке и Жослин Тома-Вукович*

# БНП Париба цели пълна дигитализация на депозитите

СИЛВИЯ НИКОЛОВА

**К**ажете ни повече за дейността на БНП Париба в България?

- **ХБ:** Банката стартира дейността си в България преди близо 20 години - през 1994 г. Бизнесът ни е в три основни направления – корпоративно и инвестиционно банкиране, потребителско кредитиране чрез БНП Париба Лични финанси и застраховане чрез БНП Париба Кардиф.

В групата БНП Париба в България са заети над 1500 служители, което е сериозно число за всеки работодател. Това доказва нашата ангажираност на българския пазар.

- **Какво е бъдещото развитие на банката - като корпоративна и инвестиционна, или ще опитате да навлезете и в ритейл сегмента?**

- **ХБ:** БНП Париба има сериозни традиции и опит в корпоративното и инвестиционното банкиране и ще продължим да се развиваме в тази посока. Мога да обявя обаче началото и на банкирането на дребно, което се осъществява от БНП Париба С.А. – клон София, чрез стартиралата вече платформа за привличане на депозити от физически лица.

- **Стартирахте нов проект - Депозити с бъдеще. С какво вашата онлайн платформа е различна от тези на**

**конкурентите ви?**

- **ЖТВ:** Амбицията на БНП Париба в България и цяла Европа е да се прилага изцяло дигитален подход при откриване и управление на депозитите. За да стартираме проекта, ни бяха необходими повече от 18 месеца. Сега сме щастливи, че можем да предложим на българските клиенти една съвременна интернет платформа, която отговаря на най-високите стандарти за сигурност и в същото време е изключително лесна за използване.

И не на последно място - нашите клиенти получават комфорта за спестяванията им да се грижи една от най-стабилните банки в света.

- **Какво ви накара да помислите за развитие на онлайн банкирането?**

- **ЖТВ:** Това е глобална инициатива на БНП Париба, която цели да посрещне нуждите на модерните

клиенти. Дигитализираме нашите услуги, защото днес клиентите очакват банката да им предложи удобство и бързина, а не гишета.

- **Наскорно открихте Concept Store в София. Какви услуги ще се предлагат в него?**

- **ЖТВ:** Това е място, където клиентите могат да се срещнат лично с нашите специалисти, да получат информация, помощ, съвет, да им демонстрираме интернет платформата. Искаме да предложим модерна „безконтактна“ услуга, но в същото време осъзнаваме, че хората обичат да работят с хора и за тях е важно да получат персонално отношение и грижа. За да ги предоставим на клиентите, консултантите на БНП Париба С.А. – клон София са на разположение на 0700 11 004 и на място на „Цар Освободител“ 2.

- **ХБ:** Това е една възможност за потребителите на онлайн платформата да се срещнат с нас офлайн.

- **Планирате ли да разширявате клоновата си мрежа?**

- **ХБ:** Новооткритият ни клон не е банков офис в класическия смисъл на думата. Това е място, където искаме клиентите да угват всеки път с удоволствие и да го правят само когато имат желание, а не защото се налага. **И**



Ханс Бруке, ръководител на БНП Париба за България и управител на БНП Париба С.А. - клон София, и Жослин Тома-Вукович, мениджър на Бизнес линия Депозити в България на френската банка

# Пренареждане в



*Слабите играчи продължават да отпадат, браншът иска стратегия за излизане на външни пазари*

Мебелната индустрия се оказва сред най-засегнатите сектори, след като строителният балон се спуска. Сега всяка фирма търси свои начини за оцеляване и конкуренцията все повече се ожесточава. В бранша има хора, които въпреки всичко не са загубили чувство за хумор и описват ситуацията анекдотично: Китаец и американец след самолетна катастрофа се озовават в джунглата. По едно време виждат тигър да приближава. Хукват да се спасяват и американецът пита китаеца: „Вярваш ли, че ще бягаш по-бързо от него?“ „От него не, но от теб - със сигурност“, отвърща той.

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

С ега е времето на естествен подбор в дървообработващата и мебелната промишленост и перспективата е да остане все по-малко фирми. Слабите играчи постепенно отпадат и така конкуренцията ще намалее, коментира управителят на „Августа мебел“ Владислав Тодоров. „Мебелната индустрия работи и това е факт, но държавата не ни дава сигурност какво ще се случи в утрешния ден. Това положение не ни позволява да планираме нито в краткосрочен, нито в дългосрочен план. В същата позиция е и самото правителство. През първата половина на годината се сменяха трима министри на икономиката, което затруднява диалога с администрацията“, казва Елица Ненчева, изпълнителен директор на Браншовата камара на дървообработващата и мебелната

промишленост (БКДМГ). Браншът направил много предложения за мерки, които биха подпомагали средата, но тази непрекъсната смяна на хората във властта блокира изпълнението им.

## Тренд

През 2012-а спрямо предходната година има леко раздвижване на пазара и мебелната индустрия отчита 7-8% ръст. За тази година никой не се наема да прогнозира резултатите, тъй като икономическата несигурност ескалира заради политическата

нестабилност. „Инвеститори, които са имали намерение да стъпят на българския пазар, или за дълго се оттегляха, или заеха изчаквателна позиция“, твърди Елица Ненчева. В годините на кризата от 2008-а насам в общия брой на малките и средните предприятия от бранша има спад с 20-30%. Заетостта също върви надолу. Фирмите с позиции се стремят да усъвършенстват и да оптимизират производствения процес. Повечето предприятия се опират на стари партньорства, някои предпазливо се обръщат и към нови пазари. Така бизнесът почука на вратите на бившите съветски републики, на някои от арабските държави, партньорски отношения се създават с Израел.

## Производител

Как ви се отразява кризата, питам управителя на „Августа мебел“ Владислав Тодоров. „С една дума - зле. Успяваме да намерим потенциални клиенти, но те не правят поръчки, говорят само за бъдещи намерения“, отвърща той.

# мебелната индустрия



Компанията работи основно за външния пазар. Предлага хотелско обзавеждане, зарежда вериги магазини. Произвежда големи серии от по-висок клас, за които няма търсене на вътрешния пазар. Предприятието е създадено през 1919 г. и от 1956-а до наши дни основно изнася. „Преди работехме за държавите от СИВ, сега за страните от ЕС. Към източните пазари само гледаме, защото това изисква контакти, усилия, енергия, според нас в такъв момент е рисковано да направим подобна стъпка. Сега целта ни е да стабилизираме продажбите и не може да си позволим

експерименти”, коментира Тодоров. В годините на кризата персоналът на „Августа мебел” се е свил близо наполовина, тъй като обемът на работа драстично е намалял.

## Клиентите

Кризата промени клиентите и те са още по-претенциозни. Търсят се мебели от все по-нисък клас, защото се гони цена. Пазарът предпочита оптимум между качество и цена, но колкото по-евтино е izdelieto, толкова по-лесно се продава. Дизайнът и функционалността са важни, купуват се и мебели от модерни материали. Масивното

дърво си остава без конкуренция, макар по финансови причини да бе изместено от по-евтини плоскостии.

## Специалисти

Професионалното образование и обучение днес е голям проблем, тъй като всички искат да са мениджъри, но никой не иска да работи. Моментът е тежък и през тази година бяха закрити още две професионални гимназии по дървообработване и мебелно производство в София и Кюстендил, разказва Елица Ненчева. Парадоксално, но факт – в център на дървообработващата и мебелната промишленост, какъвто е Троян, няма нито една специализирана паралелка, която да подготвя кадри за тези производства. Редица мебелни предприятия работят и им трябва кадри. За да има промишленост, трябва да има и хора, които да работят в нея. Ето защо има нужда да се повиши имиджът

на тези специалности. Учебните програми трябва да се адаптират към изискванията на бизнеса. Но работата в тази посока не е спринт, а е щафетно бягане, добавя Ненчева.

## Оцеляване

Малкият и средният бизнес е забравен през последните години. Той страда от липса на нормален достъп до финансиране, натоварен е с множество такси, няма каквато и да било защита за българското производство. Предприятията от бранша, както и целият бизнес у нас е обременен от такси, налози и >

ограничения. Високите лихви убиват и ако гържавата гържи да насърчава развитието на малкия и средния бизнес, тя трябва да предложи адекватни условия, например чрез Българската банка за развитие, настояват от БКДМП. Оправданието, че сме част от Евросъюза и от големия европейски пазар, вече е омръзнало на компаниите от бранша. Ние имаме само задължения и никакви права, контрират предприемачи. Но нямат свръхочаквания скоро гържавата да приведе в действие мерки за стабилизиране на малкия и средния бизнес. Сега всеки се спасява поединично. „Искаме ли да имаме икономика, трябва министерството на икономиката да се занимава само с нея, формулата три в едно не работи“, уверява Елица Ненчева.

## Конкуренция

Навлизането на ИКЕА не постигна онзи ефект, който според предварителните очаквания грозеше българските производители. Нашата мебелна промишленост предлага конкурентен продукт и тя успя да запази своето място на пазара. Но според представителите на бранша бизнесът не бива да е сам в бурните води и смята, че защитата на родното производство е наложителна. Подобен опит в другите страни от ЕС не липсва.

Съдейки по случващото се в мебелната промишленост, то голяма част от конкурентните предимства на нашата страна остават на хартия. Искаме ли по-висока заетост на квалифицираните хора в бранша, трябва да има по-адекватна и целенасочена политика по привличане на инвеститори. Ролята на браншовите организации е да са посредник между бизнеса и гържавата. Затова е крайно необходимо да се създаде закон за браншовите организации, тъй като на практика за всеки сектор те работят като микроминистерство.

## Сивият сектор


Сивата икономика в гървообработващата, а и в мебелната промишленост, е сериозен проблем. Тези, които работят на светло,



Клиентите държат на качеството, но търсят мебели от все-по-нисък клас

спазват изискванията, но другите винаги намират начин да ги заобиколят и затова гържавата трябва да се погрижи правилата да важат за всички. Сивият сектор динамично расте и браншът е готов да подпомогне борбата с нелегалната конкуренция.

## Напрег

В сектора с пълна сила важи правилото „Бързите изяждат бавните, а не големите – малките“. Предприемачите не спират да задават въпроса как отново да постигнат растеж. „Този стратегически въпрос изисква по-дългосрочно планиране. Нужна е цялостна програма за излизане на бранша на външните пазари. Необходима е подкрепата на гържавата за защита на българския продукт както на вътрешния, така и на външния пазар“, е рецептата на Елица Ненчева. 

## В цифри

**650 млн. лв.**

е оборотът на българската мебелна промишленост през 2012 г.

**Около 20 хил.**

предприятия оперират в сектора гървообработване.

**Близо 20 хил.**

са фирмите в мебелното производство.

**Около 2%**

е дялът на мебелния бранш в общото производство на страната.



Заради цената плоскостите изместват масивното дърво



*Spring - Summer* 2013

**PARADISE CENTER**

бул. "Черни връх" 100, София

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

ВСИЧКО ДО - 50%

**cacharel**

# България е интересна за големите компании от Северна Америка

Емил Димитрофф е роден в София през 1957 г. Завършил е богословие в Духовната академия „Св. Климент Охридски“ на Софийския университет. Магистър е по бизнес администрация (MBA) на Доминиканския Калифорнийски университет - Сан Рафаел. Специализирал е глобален стратегически мениджмънт, както и върху страните от Тихоокеанския басейн. От 1988 до 1989 г. работи във фериботни линии „Ventouris Sea Lines“, Пирея, Гърция. В периода 1992 - 1996 г. създава Delta International, Ltd. Сан Рафаел, Калифорния. По-късно е експерт и консултант в Съвета по износа на Северна Калифорния към Министерство на търговията на САЩ, - Сан Франциско, Калифорния. След това е изп. директор на корпорации в Новато и Карлсбад, Калифорния. През 1999 г. е основана Северноамериканско-българска търговска камара ([www.nabcc.org](http://www.nabcc.org)), базирана в Сан Франциско, САЩ, на която е изпълнителен директор и председател на Изпълнителния съвет. От 2001 г. е генерален мениджър на European Technologies & Personnel Services, LLC - Сан Рафаел, Калифорния. От миналата година е и управляващ партньор на консорциум Нортамекс (Consortium Northamex). Говори английски, руски и гръцки език. Съорганизатор е на многобройни конференции, семинари и изложби.



Корупционните практики в страната гонят инвеститорите от САЩ и Канада, казва председателят на Северноамериканската търговска камара Емил Димитрофф





СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

**—н Димитрофф, представлява ли интерес България за инвеститорите от Северна Америка?**

- България е интересна страна за американски мултинационални и транснационални компании поради факта, че все още се счита за „low cost hub”, т.е. себестойността на продукцията в България е все още на най-ниско ниво в ЕС по отношение на работна ръка, режийни, корпоративно данъчно облагане. Това е важен стимул при вземане на решение за една мултинационална компания да разшири операциите си в даден регион или страна. Друго предимство, което имаме, е фактът, че от близо шест години сме част от близо едномиларден пазар като население, какъвто е ЕС, и това прави страната ни доста привлекателна дестинация за инвестиции. Третото предимство е географското положение на България и стратегическата близост както с Европейските

пазари, така и с Близкия изток, Турция и Русия.

**- Разстоянията в глобалния свят могат ли да бъдат още спънка за правене на бизнес?**

- Естествено, има и негативни фактори, и то не един, които влияят на инвеститорите от Северна Америка да вземат положително решение за инвестиции у нас. Един от тях е отдалечеността на Северна Америка от Източна Европа. Логистично е неизгодно, освен ако не е мащабна инвестиция от няколко десетки милиона, да се очакват инвестиции от помалки компании. За компании като Hewlett Packard, Microsoft, IBM и други корпорации рискът е оправдан, но за фирми с малък оборот, въпреки стимулите, които предлага страната ни, положението е съвсем различно. Докато за един инвеститор от Германия, Турция или Гърция логистично такава инвестиция не би била трудност, дори ако той е средно или малко предприятие, но за малкия и

средния бизнес от САЩ и Канада това си е направо авантюризм и поради това ние и не виждаме инвестиции от такива компании в България.

Друг основен фактор, поради който компании от Северна Америка не желаят да инвестират у нас, са корупционните практики, станали едва ли не всекидневие в страната. И ако ние, българите, сме приели това почти като статукво, за компании от САЩ и Канада това е абсолютно неприемлива практика. Нека не се лъжем, корупция има навсякъде, но у нас тя е придобила застрашителни размери. Където и да отидем, в каквато и инстанция, от нас се очаква да „смажем колелата на бюрокрацията”. Компаниите от САЩ и Канада не са свикнали с тези практики. Първо, морално те не приемат факта, че трябва да платят за нещо, което им се полага по закон (Законът за инвестициите е красноречив по отношение правата на инвеститорите). Второ, и в САЩ, и в Канада, действат абсолютно стриктни закони по отношение на подкупи към чужди правителствени служители, като санкциите са огромни, а глобите - стигащи космически размери, отнемане на лицензи, дори затвор. Така че докато българските политици не предприемат мерки за справяне с този проблем, не можем да разчитаме на някакъв



Среща на камарата с представители на банките, отпускащи финансиране по Програма JEREMIE



Корпоративна вечеря на камарата

значителен поток от инвестиции от този континент към България.

**- Какво сочат данните за стокообмена на България с този регион?**

- По данни на Българската агенция за инвестиции сумата на преките капиталовложения, реализирани от САЩ в България за периода 1996-2011 г., възлиза на 1.283 млрд. евро и по този начин САЩ се нареждат на 8-мо място по преки инвестиции у нас. Най-големите инвестиции на американските компании у нас са в секторите възобновяеми енергийни източници и енергетика, селскостопанско оборудване, здравна индустрия, информационни технологии, търговия, недвижими имоти, строителство и консултантски услуги. Сред големите компании, които

увеличиха бизнеса си у нас, се открояват AES, Хюлет-Пакард (Hewlett-Packard), Ай Би Ем (IBM), МакДоналдс (McDonald's), Крафт (Kraft), Кока-Кола (Coca-Cola) и други.

**- Как се развиват търговско-икономическите ни отношения с Канада, там има и голяма българска диаспора?**

- Търговията, както и инвестициите от страна на канадски компании в България, за съжаление, не се развиват така динамично, както тези със САЩ. Има още много какво да се желае. Интересът на канадските компании е насочен основно към минното дело и полезните изкопаеми. Най-големият канадски инвеститор в България е „Дънди Прешъс Металс“, представена в България чрез дъщерните си

компании „Челопеч Майнинг“ и „Болкан Минералс енд Майнинг“. „Bombardier“ също имат представителство в София, предлагайки различната гама продукти на канадския гигант - водни джетовете, снегомобили, ATV и UTV и др.

По информация в медиите още една канадска компания ще изследва възможностите за добив на руди в България.

Данните за 2012 г. сочат, че има нарастване на стокообмена с Канада, който надхвърля 180 млн. щатски долара, след ръст от около 9% спрямо предходната година. Износът на България за Канада се е повишил с 12.6% спрямо 2011 г., което на свой ред отразява най-вече нарасналите с 25% продажби на руди на благородни метали. Вносът от Канада като цяло запазва обема си в стойност на нивата от 2011 г. и е малко над 44 млн. щатски долара. Тук се наблюдава ръст от близо 21% при вноса на медни руди и концентрати в комбинация с почти удвоените покупки на земеделски машини, с което се компенсира свиването на обеми при станали традиционно за последните години стокови групи като замразената риба и електрическите апарати за сигнализация.

**- Вашата камара следи и инвестициите с Мексико. По-скоро екзотика ли са те?**

- В България до този момент има само един голям мексикански инвеститор. През 1996 г. мексиканският филиал на американската фирма „Идеал стандарт“ участва в приватизацията и закупува предприятието за санитарен фаянс в Севлиево.

**- Камарата догодина ще отбележи 15-годишнината от създаването си. Каква е равносметката ви за този период?**

- Северноамериканско-българската търговска камара е американска организация, регистрирана в Сан Франциско, Калифорния, през 1999 г. През 2014 г. ще честваме нашата 15-годишнина. От 2003 г. камарата е регистрирана в България и тази година отбелязваме 10-годишна дейност



Емил Димитрофф с г-н Илян Попов, председател на борда на директорите на „София Ауто“ АД



Г-н Иван Бояджиев по време на корпоративната вечеря по случай Деня на благодарността на САЩ миналия ноември. В дъното с гръб, г-н Димитър Манов (със синята риза), директор бизнес развитие на организацията, и г-н Георги Александров - Логистичен център Варна

у нас. В Канада имаме офис във Ванкувър, откъдето ръководим работата ни в цялата страна. На този етап камарата няма дейност, нито офис в Мексико, въпреки че преди 6-7 години се опитвахме да развием такава и там, но нещата не потръгнаха поради сложността да се управляват толкова много офиси в четири различни страни. Планираме отново да отворим тази страна за дейността ни, но търсим подходящи партньори, с които да го направим.

**- Мисията ни е и винаги е била индивидуален подход към нуждите на членовете ни. Когато една компания стане член на организацията ни, ние работим за интереса на тази компания, за удовлетворяване на техните бизнес изисквания и нужди. Затова неслучайно сме избрали и слогана на организацията ни да е „A Posse Ad Esse” (в превод - „От възможността към осъществяването ѝ”).**

- Стремяхме се и винаги ще се стремим да търсим нови и нови възможности в сложния свят на икономическа стагнация, да промотираме потенциални възможности за бизнес сред


български компании, желаещи да излязат с продуктите си на северноамериканския пазар, както и обратното - на американски компании, желаещи да развият бизнес в България, независимо дали търсят проекти за финансиране, пазар за техните продукти или услуги, аутсорсване или просто потенциален партньор в България, с когото да развият съвместна дейност.

**- Как оценявате дейността си в България?**

- Мога спокойно да отбележа, че камарата ни е най-дейна в България. През месец-два организираме събития за нашите корпоративни членове и партньори в страната. Разбира се, отбелязваме и всички национални празници на САЩ, Канада и България. На последните две събития представихме финансовите продукти на две банки в България, които са подписали споразумения по Програма JEREMIE I, както и по JEREMIE II за финансиране на компании. Друг вид мероприятия са голф академии и голф клиники, които организираме редовно.

От 7 години издаваме клубна картова програма Privilege Club

(www.theprivilegeclub.org). Програмата Privilege Club е от типа клубни карти за „лоялни клиенти” и е маркетингов похват, имащ за цел насочване на потребителски поток към бизнеса на членувачите в клуба търговци и компании. В началото на 2013 г. бе пуснато изданието на програмата за тази година. Бяха раздадени 11 000 карти на бизнеса с надеждата те да помогнат както в намаляване на разходите на картопритежателите, така и в увеличаване на клиентите към търговските обекти на участващите търговци.

В продължение на 14 години съществуване и 10 години дейност в България, нашата организация се доказва като надежден партньор за бизнеса в САЩ, Канада и България. Доказателство е фактът, че имаме лоялни членове и в трите страни, които всяка година подновяват членството си. А това красноречиво говори, че те са доволни от това, че са станали членове на Северноамериканско-българската търговска камара. Надяваме се и в бъдеще да можем да служим и да бъдем полезни на бизнеса така, както сме го правили досега. 

# Минералните извори съживяват икономиката на Кюстендил

Гаранционен фонд ще подкрепя дребните земеделски производители, казва кметът Петър Паунов

СИАНА СЕВОВА

**—н Паунов, според вас как общините могат да помагат на бизнеса и какво прави в тази насока община Кюстендил?**

- Очакваме най-после да стартира активно децентрализацията на финансовите потоци в България. В момента парите остават в правителството, а големите очаквания са насочени към общините, които ежедневно са в центъра на вниманието на българските граждани. За съжаление, местните управи имат много стеснен набор от административни инструменти, с които да подпомагат бизнеса. Чисто икономически, връзката с бизнеса е скъсана, защото колкото и да работим в посока подпомагане, общините не получават в бюджета си пряко приходи от това. С изключение на данъка върху недвижимите имоти и върху превозните средства, но такива данъци плаща не само бизнесът. Единствената връзка е с дейността на занаятчиите, които плащат патентен данък в общините. За разлика от държавните органи, ние се стремим да не товарим бизнеса с излишни тежести под формата на необосновано високи такси и да не забавяме предоставянето на услуги за бизнеса.

Друга част от нашата политика по отношение подпомагане на бизнеса е да правим предложения за законодателни промени. Още от 2009 г.

настояваме да бъде облекчен режима за възстановяване на ДДС на чужди граждани, живеещи извън Европейския съюз. С това искаме пътуващите до България с цел търговия наши съседи - сърби и македонци, да пазаруват от Кюстендилските хипермаркети и да си възстановяват ДДС на границата. За съжаление, тази ни инициатива имаше минимален ефект и в съответната наредба се внесоха само козметични промени. Преди няколко месеца внесохме предложение за създаване на изцяло нов ред за начисляване и събиране на осигурителни вноски като страната се районира по критерия степен на икономическо развитие и активност. За пограничните и най-слабо развитите в икономическо отношение райони размерите на минималния осигурителен доход за самоосигуряващо се лице, собственик на фирма за производство, да бъдат намалени с 50%, или за първите две години от създаване на съответната фирма, изцяло освободени от заплащане. Трябва да се облекчат и хората, които искат да инвестират в строителство на малки обекти - пета и шеста категория. Когато се изискват по-малко части за проектиране, ще се стимулира законното строителство и в същото време гражданите и бизнесът няма да бъдат принудени да плащат високи такси за проектиране и одобрение на строежи.

**— Какво е бъдещето на селата от пограничните райони? Може ли**

Списание „Икономика“ подготвя съвместна рубрика с портала на българските общини [www.kmeta.bg](http://www.kmeta.bg). В нея представяме успешните примери за развитие на регионите у нас, за решаването на градски проблеми, за облагородяването на жизнената среда на българите, която започва от всеки град и село. Гост в предното издание на рубриката е Петър Паунов, кмет на община Кюстендил.

**да се развива в тях, паралелно със земеделието и животновъдството, и туризъм?**

- Лошото е, че днес в Кюстендилските села, много от които са съставени от отделни, разпръснати в планината махали, са останали почти само възрастни хора. В някои селища жителите са по двама или трима души, самотници сред прекрасната природа на Кюстендилско. За тях – старите и самотни хора, предоставяме множество социални услуги с Домашния социален патронаж – гоставка на готова храна, гоставка на лекарствата, елементарна медицинска помощ. Да, във всички погранични села може да се развива и животновъдство и селски туризъм, но за съжаление, в този програмен период държавата реши, че в Кюстендилска община няма да се финансират проекти от Програмата за развитие на селските райони. Ще настояваме тези 71 малки населени места да получат своя шанс.

**— Каква е стратегията на община Кюстендил по отношение на туризма?**

- Известни в цял свят са минерал-



ните извори на Кюстендил и техните лечебни свойства. Тяхното рационално използване за развитие на общината е основният приоритет в нашата работа. Много надежди за съживяване на икономиката възлагаме на изпълнението на най-големия ни проект – изграждане на Медико-балнеологичен комплекс „Св. Иван Рилски“, по който работим от 2010 г. Той е съставен от 4 звена, насочени към здравни грижи, профилактика, балнеология и един хотел. Реалното му изпълнение започна през 2011-а, като общината взе облигационен заем и с него финансираме строителството и реконструкцията на обектите. В започналото строителство са заети фирми от региона. В четирите звена на медико-балнеологичния комплекс в бъдеще ще работят над 400 души. Заработи ли, смятаме, че ще има ефект и върху останалите сектори на икономиката – земеделие, транспорт, туризъм. Освен това природните и културните дадености на общината дават възможности за развитие на почти всички видове туризъм – здравен и климатолечение, културно-исторически, религиозен,

спортен, планински туризъм и спортове, екологичен, алтернативен (веловелен, селски, приключенски, фестивален) и др. Точно заради това влагаме големи ресурси в презентирането на общината – празници с акцент върху местния бит и култура; брошури; участия на туристически борси и др.

**- Адмирации за идеята ви за Гаранционен предприемачески фонд, но как смятате да я осъществите?**


- Общинският съвет уточнява детайлите, устава на Гаранционния предприемачески фонд. Целта ни е с бюджетни и дарителски средства да подпомогнем дребните земеделски производители (до 10 дка) със средства за закупуване на посадъчен материал, торове и осигуряване на обработка. Сумите ще бъдат безлихвени за 3 години и след края на 3-та година започва възстановяването им в рамките на 24 месеца. Управлението на фонда ще бъде от общински съветници и представители на гражданските структури.

**- Какви са идеите ви за справяне с бедността и демографския срив в пограничните райони? Имате ли трансгранични и европейски проек-**

**ти?**

- Ключов за региона е европейският транспортен коридор №8, който трябва да свърже Адриатическо с Черно море през Италия, Албания и Македония. Изграждането на това трасе ще осигури над 7 хил. работни места и ще гарантира сериозен инвеститорски поток в българската страна на границата. По отношение програмите за трансгранично сътрудничество в момента община Кюстендил изпълнява два проекта по Оперативна програма „България – Македония“ - „Велоалеи за гражданите и гостите на Кюстендил и Крива паланка“, с партньор община Крива паланка, за 971 414 лв. и един проект по Оперативна програма ТГС България – Сърбия - „Зелена трансгранична зона – инвестиция в природата“, в който си партнираме с Община Сурдулица, Република Сърбия, и Кюстендилска търговско-промишлена палата. Общата стойност на проекта е 1,5 млн. лв. За периода 2007-2013 г. община Кюстендил е изпълнила 8 проекта по трансгранично сътрудничество в партньорство с общините Лесковаци, Щип, Дојран и Крива паланка на обща стойност 3 239 000 лв.

**- Каква е политиката на кметството по отношение на местните данъци и такси?**

- От 2008 година община Кюстендил не е увеличавала размера на данък сгради и данък върху превозните средства. Осъществяваме, през 2009 г. намалихме ставката за данък сгради от 1,5 на 1,4 промила. През тази година внесохме предложение, а общинският съвет одобри намаляване на размера на патентния данък за най-масовите патентни дейности. Нашата цел е този най-гребен бизнес да остане в светлата част на икономиката, защото гостна хора се прехранват от него. Що се отнася до по-едрия бизнес, почти всяка година намаляваме размера на местните такси, които се внасят в общината. Осъществяваме освободихме бизнеса от такса за сметосъбиране и сметоизвозване за имоти, които не се ползват. По този начин представителите на бизнеса са склонни да внасят дължимото година за година, за да не им се трупат и лихви, и затова не се притесняваме за попълването на общинската хазна. 

*Възелът за оползотворяването на отпадъците продължава да се затяга и вместо да го разреже, държавата предлага тояга вместо морков*



*Най-добри резултати в рециклирането показват скандинавските страни. Там се оползотворяват до 95% от отпадъците, а останалото се компостира, докато у нас над 95% от боклука отива на бунцието. След няколко века нашите сметища ще са златна мина за археолозите, които ще опитват да реставрират картината от началото на XXI век.*

# Злато или боклук

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

**Б**оклук за едни, злато за други, е любима поговорка на онези, които разбират смисъла на рециклирането. В България обаче боклукът вместо да се превръща в злато, става все по-голям проблем и държавата, вместо да намери начин да разреже възела, още повече го затяга.

Няма да повярвате, че нормативната уредба във Великобритания, свързана с отпадъците от черни и цветни метали, не е променена от 1964 г. насам. В България обаче взаимоотношенията между държавата и рециклиращия бизнес приличат на опит в контакт за 220 волта да се вкара щепсел, направен по стандарта за 110 волта. Законът за управление на отпадъците (ЗУО) бе пренаписан от правителството на ГЕРБ и влезе в сила на 13 юли 2012 г., въпреки огромната съпротива при неговото изготвяне. И съвсем очаквано, вместо рециклирането да потръгне, то още повече забуксува. Продължаващата политическа криза пък го постави в нокаут.

Рециклирането в България върви *със стъпка една напред и две назад*

макар и предишните управляващи да имаха желанието да го вкарат в ритъм и процесът сам да потръгне, при това съобразен с ев-





Закъсняваме с изграждането на заводи за преработка на отпадъците

ропейските изисквания. Ето защо по-добре да не задаваме въпроса кога ще ги стигнем скандинавските страни.

Сложно е да се изгради предприятие за оползотворяване на отпадъците, тъй като производственият процес е „от нищо“, т.е. от боклука, да се направи нещо. Рециклирането обаче спестява много разходи, които иначе се правят за добиването на същата суровина. Преработката на метал, стъкло, хартия, пластмаса струва различно. При металите цикълът е най-бърз. Много по-евтино е от скрап да се направи желязо, отколкото металът да се получи от руда. Установено е, че се спестяват над 75% от енергията, която е необходима за целия този дълъг процес. Когато се разтопи 1 т скрап, се получават около 900 кг чист метал. При пластмасата има различни разновидности, които трябва да се сепарират и тогава да се преработват, за да се получат гранули, от които да се правят пластмасови изделия. За хартията е добре да се знае, че тя не бива да се мокри, тъй като съставът

и се променя, а и така тя става трудна за преработка. Стъклото трябва да се раздели на бяло, зелено и кафяво, но то попада в общите зелени контейнери. В тях обикновено се натрошава и засега няма как да се сепарира.

В много страни с времето са наложени най-различни практики по оползотворяване на отпадъците и опитите на ЕС

### *силово да въведе обща норма*

В рециклирането не дават добър плод. Вече стана ясно, че е невъзможно да се наложи единен стандарт, разпоредбите трябва да бъдат съобразени и с националните специфики на населението в различните държави. Само допреди години у нас оползотворяването ставаше на съвсем груб принцип, имаше организации за събиране на вторични суровини и по улиците нямаше разноцветни контейнери, в които доброволно да изхвърляме разделно събраните отпадъци. При предаването им всеки получаваше съответно заплащане според количеството и

ценоразписа.

Сега за удобство контейнерите за разделно събиране са в близост до домовете ни. Сигурно познавате хора, които в името на зелената идея пренасят разделно събраните отпадъци на километри, за да ги хвърлят в съответните кофи. Знаете и такива, за които рециклирането е чужда кауза. Но когато някои екоентузиаст види как в камиона се смесват метал, хартия, картон, пластмаса от различните кофи, оптимизмът, че зелената идея може да пусне корени у нас, бързо се изпарява. Оказва се, че организациите по оползотворяване на отпадъците правят това смесване по чисто икономически причини – транспортните разходи са високи и

### *за тях е лукс*

да осигуряват различни превозни средства. Освен това някои изградиха сепариращи инсталации и от отпадъка се отделят всички полезни компоненти. Щом ще се смесват, защо тогава са ни трите вида контейнери – това е въпросът. А щом търсим подобен отговор, значи има нещо гнило

В модела, наложен преди седем години.

В търсене на върната посока, рециклирането в България минава по най-трудния път. Този бизнес е голяма хапка, но е силно зависим от държавата и общините, а за съжаление от години властимащите прилагат принципа „Сиренето няма да го ям, но и на друг няма да го дам.“ Успешните модели в страните с традиции в оползотворяването са много, има разнообразие от технологии, но пренасянето на добрите практики на родна земя става мъчително. Държавните чиновници обичат да пътуват по света и да гледат постиженията на другите народи, но върнат ли се в родината,

*нямат интерес да ги приложат*

Любимо място е Виена с нейните три завода за оползотворяване на битовите отпадъци, в които работят три съвсем различни технологии. Там вече се гледа с насмешка на поредното желание на български чиновници да им


бъдат показани предприятията отвътре, тъй като през годините нито една от тези технологии не бе внедрена у нас. Строителството на прословутия завод за боклук в София се превърна в сага. След години размотаване първата копка се очакваше да стане това лято, но и тя се отложи, след като КЗК отмени избора на изпълнител, направен от Столичната община. София отдавна можеше да има работещ завод за боклук, но това не бе позволено да се случи. В замяна на това все повече хора бъркат в кофите и разделно предават отпадъците, а пунктчетата за вторични суровини са доволни, че има кой да ги зарежда. Най-често обаче събирачите са в нарушение, защото вземат отпадъци и от кофите за разделно събиране, които компанията по оползотворяване поддържа. Но

*противоречията не свършват*

дотук. От 13 юли догодина влиза забрана физическите лица да получават възнаграждение срещу

предоставени от тях отпадъци. Сега за стария бойлер може да се получат от 40 до 80 лв. От следващото лято гражданите ще трябва да извозват старата техника на специална общинска площадка, и то напълно безвъзмездно, а със събраното самата община ще може да извършва търговска дейност. Това е парадоксално решение и от него най-засегнати ще са онези социални групи, за които събирането на отпадъци е начин за оцеляване. Евродирективата, според която трябваше да се създадат стимули за населението разделно да събира отпадъците, бе приложена у нас в твърде уродлив вид, тъй като санкциите и глобите бяха превърнати в „морков“.

Всъщност, очаква се Конституционният съд да обезсили някои от разпоредбите на ЗУО, след като през ноември м. г. депутати от опозицията сезираха този висш орган. Дотогава за големи и малки компании и общини всичко ще е по старому, слънцето ще изгрява от изток и ще залязва на запад. Време е правилата да се опростят и държавата да се откаже да слага летвата от 209 см, която всяка фирма, бореца се за място под слънцето, трябва да е в състояние да прескочи. Политическата ситуация в момента е такава, че промените в ЗУО май ще трябва да почакаат. Времето лети и само санкциите, които Евросъюзът ще ни наложи, ако не оползотворяваме 25% от отпадъците, ще са „тояга“, която да посеща представителите на държавната и общинската власт за рециклирането.

В България „брашното“ не ни е по джоба, но сме нехайни към „триците“. И ако питате защо оползотворяването на отпадъците попадна в такъв параграф 22, отговорът е аналогичен на онзи, който ще получите и на въпроса защо не работи уникалната за Балканите електроудъгова пещ за топене на метали в комбината „Кремиковци“. Българска работа - това ще кажат и най-рогдолюбивите патриоти... 



Само поставянето на цветни контейнери за отпадъци не решава проблема



## ИСТИНСКИЯТ ВКУС НА ЛЯТОТО В ХИЛТЪН СОФИЯ

### Сезонът на Барбекюто в нашата градина

Главният готвач на Хилтън София, Андре Токев, ще Ви изненада с вкусни рибни и месни барбекю ястия. В допълнение екипът му обещава разнообразни гарнитурни, сосове и дипове. Ето само някои от изкушенията, които ще Ви накарат да помечтаете за истински летни вкусове:

- **Салата от диня** 7 лв.
- **Калмари** 8 лв.
- **Свински ребърца** 12 лв.
- **Микс грил** 28 лв.
- **Калкан филе** 48 лв.

### Насладете се на домашно приготвен сладолед

Охладете горещите летни дни с феерия от домашно приготвени сладоледени творения. Отпуснете се в уникалната атмосфера на бар „Артистс“ и ресторант „Сезони“ и не пропускайте изкусителните ни специалитети, сред които са:

- **Ром и стафиди** 7 лв.  
Ледени профитероли, стафиди с ром и Нутела топинг
- **Йогурт и мед** 10 лв.  
Йогурт сладолед с мед, салата от пъпеш с орехи и маточина
- **Целувка в стил Вашерин** 11 лв.  
Горски плодове, ванилов сладолед, меренг, Шантили крем

Хилтън София  
София, бул. България 1  
тел.: +359 (0)2 933 5000

  
**Hilton**  
SOFIA

# Козметиката - с досие за безопасност

*Европейска система ще отчита нежеланите ефекти при използването на продуктите, така както това става при лекарствата, предвижда регламент на Брюксел*



СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

Европейската комисия въведе нов регламент за парфюмерията, козметиката и пастите за зъби с по-строги правила за производството им. Целта е да се гарантира тяхната безопасност и да се отсеят от пазара нелоялните производители и търговци, обясниха от Българската национална асоциация за етерични масла, парфюмерия и козметика. Регламентът влезе в сила от 11 юли 2013 г. и след тази дата некоректните играчи ще бъдат глобявани, а продукцията им - изтегляна от пазарите.

За пръв път се въвежда Централизирана европейска електронна система



за пускане на пазара на определен продукт. Досега всяка държава си имаше своя процедура. Системата ще уведомява (нотифицира) всеки продукт на пазара и той ще получава уникален номер. По този начин ЕК ще подава информация към контролните органи за всички козметични и парфюмерийни продукти на пазара.

Друг нов момент е т. нар. досие на продуктите. Те трябва да имат пълна документация, която доказва тяхната безопасност. Системата ще отчита и нежеланите ефекти при използването на козметиката и парфюмите, така както това става при лекарствата.

На етикетите трябва да има подробна информация за съставките, а позволените за добавяне в тях консерванти,

оцветители и ултравиолетови филтри трябва да бъдат включени в позитивен списък.

В момента парабените не са забранени за употреба, за тях има пределно допустими стойности. Предстои решение на Брюксел, с което някои от тях ще бъдат забранени. За останалите ще се реши дали са безопасни за влагане в козметични продукти за деца от 0 до 3 години.

75 български компании произвеждат и търгуват с козметични продукти и етерични масла. Гаражните производители ще отпадат от пазара с въвеждането на новия регламент за парфюмерията и козметиката, смятат от бранша.

Новият козметичен регламент е в интерес както на потребителите, така и на производителите, коментират от пресофиса на Европейската комисия. Загължителната мярка се разпростира върху много водещи фирми в световен мащаб и над 4 хил. производители на козметични продукти в ЕС, сочат данните. Пряко и косвено секторът създава над 1.5 млн. работни места.

# Новите правила ще разчистят пазара

Веселина Русева, експерт в Българската национална асоциация за етерични масла, парфюмерия и козметика

Веселина Русева е завършила производствен и аптекен профил на Фармацевтичен факултет, Медицинска академия София. В момента ръководи направление „Парфюмерия и козметика“ в Българската национална асоциация за етерични масла, парфюмерия и козметика. Има дългогодишен опит в производството, управлението на качеството, стандартизацията, регистрацията и сертификацията на козметични продукти у нас и в чужбина. От 2004 г. е оценител по безопасност на козметични продукти.



**- Г-жо Русева, какво казва новият козметичен регламент на ЕС, който влезе в сила от 11 юли т.г.?**

- С новия козметичен регламент се постигна опростяване на европейското законодателство в тази област със замяна на прилаганите досега 27 законодателни акта, (равняващи се на 3500 страници юридически текстове) с един-единствен документ. Променена е правната форма – вместо директива имаме регламент, който налага ясни и подробни правила и се слага край на различното тълкуване от държавите-членки. Така се гарантира, че законовите изисквания се прилагат по едно и също време в цялата област.

Най-важните промени са свързани с по-строгите изисквания за безопасност на козметичните продукти, касаещи пускането и предлагането

на пазара, наноматериали, дистрибутор, нежелан ефект, сериозен нежелан ефект.

Има ново изискване към нотифициране на козметичните продукти, което ще става централизирано, по електронен път, чрез уведомяване директно на Европейската комисия. Досега това ставаше на национално ниво в местните регионални здравни инспекции (РЗИ). Производителите обявяват своя продукт само веднъж чрез портала за уведомяване на козметични продукти (CPNP) на ЕС. При инциденти, чрез съхраняваните в портала данни, служителите от националните токсикологични центрове – за България това е „Пирогов“ - ще могат за секунди да проверят състава на продуктите. Компетентните органи, извършващи надзор на пазара, ще имат лесен достъп до информацията за всички

козметични продукти, предлагани на пазара на ЕС.

Въввежда се отговорно лице, като са завишени изискванията към него и то трябва да бъде установено в общността. Производителите трябва да спазват определени изисквания за изготвянето на доклад за безопасност на козметичните продукти преди предлагането им на пазара. В него ще има информация включително за примеси, следи, за надеждност на опаковката и други. Системата ще отчита и нежеланите ефекти при използването на козметиката и парфюмите така, както това става при лекарствата.

**- Колко фирми у нас ще засегне задължителната мярка на ЕК?**

- Целта е да се отсеят от пазара нелоялните производители и търговци. Некоректните играчи ще бъдат глобявани, а продукцията им ще се изтегля от пазарите. Гаражните производители ще отпаднат от пазара, което е добре за всички – и за потребителите, и за индустрията.

**- Готови ли са компаниите, или ще се окаже, че не са, макар че имаха 3-годишен gratuitен период за подготовка?**

- Българинът има навика да се придържа към максимата „Не оставяй днешната работа за утре, ако можеш да я свършиш в друг ден.“ В случая този сценарий не работи. Да се надяваме, че са малцина онези, които са заложили на тази губеща карта.

**- Може ли да има нов отлагателен период?**

- Няма надежда за никакви нови



отсрочки. Тригодишният гратисен период бе пределно достатъчен.

**- Какво направихте като асоциация, за да популяризирате правилата на новия регламент?**

- Козметичната индустрия у нас има дълга история, традиции и бъдеще. В момента производителите от бранша изживяват труден период на фундаментални законодателни промени в областта на козметиката и химикалите в условията на световна икономическа криза. За щастие, българските фирми нямат затруднения относно познаването на нормативните промени. Нашата асоциация има много добро сътрудничество с сѐржавните структури, и преди всичко със здравното министерство, а също и с Европейската козметична асоциация (Cosmetics Europe). Полагаме усилия да предоставяме на компаниите авансова информация за всички предстоящи промени, както и за действащото законодателство. От публикуването на новия козметичен регламент в края на 2009 г. досега сме провели 12 съвместни семинара със здравното министерство, а през последната година - 4 международни семинара с участието на водещи експерти от Италианската козметична асоциация (UNIPRO).

Последният практически семинар за последните промени в козметичното законодателство в навечерието на влизането на новия регламент бе на 4 юли тази година в Пловдив.

**- Аптеки и дрогерии у нас наясно ли са с новите правила?**

- Надяваме се да е така, защото именно в аптеките и дрогериите позиционират своите продукти много козметични компании. Българската асоциация за етерични масла, парфюмерия и козметика е отворена към всички структури, организации и фирми от козметичния бранш.

**- Стартирахте и нов проект за натуралната козметика. Към кого е насочен той?**



- На 1 май 2013 г. започнахме 14-месечен проект на Българската асоциация за етерични масла, парфюмерия и козметика, Международната асоциация за натурална и органична козметика NaTrue и немската консултантска компания за сертифициране на натурални козметични продукти и суровини „Пфайфер Консултинг“. Проектът се финансира от Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ на Министерството на труда и социалната политика.

Едно от предизвикателствата пред родните производители сега е световната тенденция за търсене

и предлагане на натурални продукти. Наука и бизнес са обединени зад идеята за екологично съобразно производство и защита здравето на потребителите. През 2013 г. става въпрос вече не за запазване на пазарни позиции, а за оцеляване на компаниите,

ориентирани към натурално производство. За съжаление, у нас липсва опит и добри практики, т.е. както компаниите, така и специалистите от козметичния бранш се нуждаят от обмяна на опит и знания в областта на натуралното производство и сертификация.

Ние от асоциацията разработихме проекта с тази цел – да подпомогнем българските козметични компании, които произвеждат натурални и органичните козметични продукти чрез обмяна на добри практики и ноу-хау в областта на натуралната и органична сертификация. Благодарение на партньорите ни ще бъдат осигурени водещи експерти в тази област. **И**



## За и против наноматериалите

Нанотехнологията е широко разпространена в широка гама от продукти, а се знае твърде малко за въздействието ѝ върху човешкото здраве. По последни данни в търговската мрежа се продават над 600 продукта на основата на наноматериали, като чорапи, паста за зъби, слънцезащитни кремове, чаршафи. Според прогнозите продажбите им ще нараснат десетократно в близките години. Същевременно обаче много малко се знае за свързаните с наноматериалите здравни рискове.

Доклад на Европейската агенция по околна среда и Съвместният изследователски център на Европейската комисиия призовава за по-нататъшни изследвания, за да се разбере по-добре потенциалът им на токсичност. Необходимо е също и данни по отношение на оценката на риска от наноматериалите. За съжаление тази оценка на риска е все още в зародиш, а информацията за освобождаването в околната среда и устойчивостта на наноматериалите е в процес на разработване, тревожат се учените.

Новият регламент за козметичните продукти, който влезе в действие от 11 юли 2013 г., разписва и нови правила за влагане на наноматериали в тях. Оцветители, консерванти и UV-филтри, включително тези, които представляват наноматериали, трябва да получат изрично разрешение. По отношение на продуктите, които съдържат други наночастици, за които в регламента не са предвидени ограничения, ще се прави пълна оценка на безопасността на европейско равнище, ако Европейската комисия има основания за безпокойство. Наноматериалите трябва да бъдат обозначени в списъка на съставките с думичката „нано“, поставена в скоби след наименованието на веществото, напр. - титанов диоксид (нано).

ENJOY THE BEAUTY!



[www.royalcastle-bg.net](http://www.royalcastle-bg.net)  
[royalcastle@vghotel.net](mailto:royalcastle@vghotel.net)



*Tel.* +359(0)554 69 500  
*Fax* +359(0)554 68 450

# Без риск по релсите

Основната и приоритетна цел е възможно в най-голяма степен да бъде премахнато влиянието на субективния фактор върху безопасността на жп прелезите. С внедряването на съвременна апаратура за охрана на прелезите този риск ще бъде сведен до минимум. В изпълнение на тези отговорности, НКЖИ пресъоръжи 35 броя ръчни бариери с автоматични прелезни устройства.

Програмата продължава и през 2013 г. с пресъоръжаването на нови 20 броя прелези с ръчни бариери, оборудвани високотехнологично, които ще бъдат открити до края на годината по железопътната мрежа на страната. При тях човешкият фактор няма да влияе, защото са съоръжени с най-съвременните технически средства, които отговарят на най-високия европейски стандарт по безопасност. Но това не означава, че произшествията ще бъдат напълно елиминирани, смятат експертите в НК „Железопътна инфраструктура“. Защото когато на жп прелез

стане инцидент, проблемът опира до професионализма и най-вече до моралната отговорност на шофьорите. Не е тайна, че почти всички трагични случаи винаги са свързани с грубо нарушаване на Закона за движение по пътищата, като преминаване при спуснати бариери или червен светофар. От компанията посочват допусната преди две години грешка от прелезопазачка, но без тежки последици. Това е бил единственият прецедент през последните пет години. Наблюдава се положителна тенденция напоследък за намаляване на произшествията, инцидентите и рисковите ситуации не само на прелезите, но и по цялата жп мрежа, обобщава той. Статистиката показва, че през последните пет години най-висок е бил броят им през 2011 г. и 2012 г. (повече данни – на графиките).

Освен програмата за преоборудване и модернизирани на прелезите, всички проекти по ОП „Транспорт“, по които НКЖИ е бенефициент, включват изграждането на нови компютърни централизации, които

*НК „Железопътна инфраструктура“ инвестира в сигурността на прелезите и трасетата, но кражбите си остават сериозен проблем*

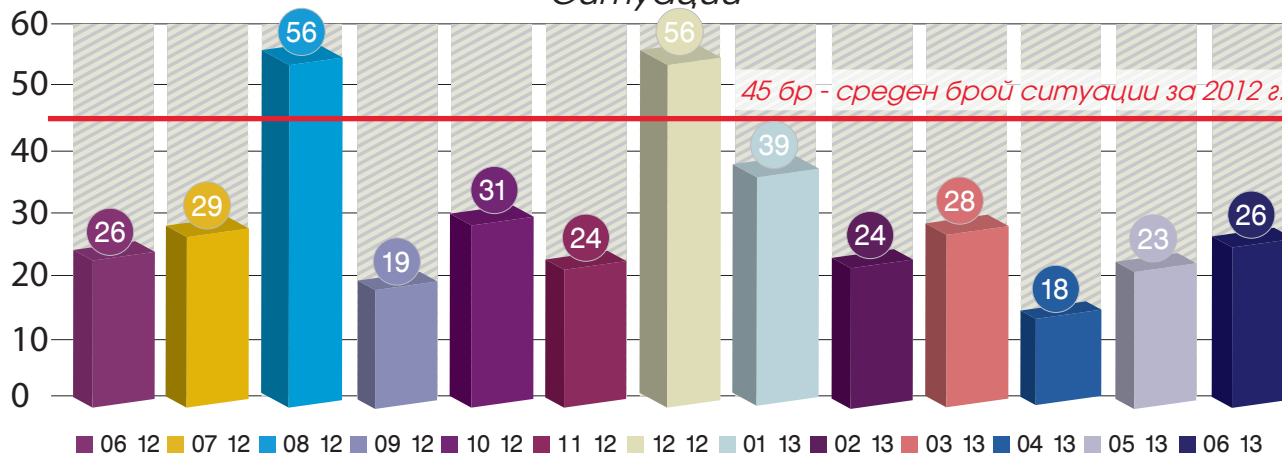
се включват в по-големи или по-малки диспечерски центрове. Такъв е ситуираният в Пловдив център, който беше открит преди около



ДП „Национална компания железопътна инфраструктура“. Система за управление на безопасността

## Регистрирани събития

Ситуации







# Милион лева щети за половин година

Кражбите на елементи от железопътната инфраструктура са един от големите проблеми на НКЖИ. Посегателствата са върху всички части от железопътните съоръжения. Най-атраktivните кражби са магистралните кабели, кабелите на осигурителната техника, тъй като в тях има доста количество мед. Крадат се често и скрепления от железния път.

От началото на тази година до края на юни са извършени 491 кражби, а стойността на откраднатото възлиза на 997 656 лв.

Най-проблемни райони са:

- Районът на град София - Подуяне - Подуяне разпределителна - Искър-Биримирци - Курило-Риброво
- Районът на град Перник - Перник-Перник разпределителна-Радомир
- Районът на град Плевен - Плевен-Ясен-Долна Митрополия
- Районът на град Варна - Великово - Юнак, Синдел-Разделна

- Районите на град Ст. Загора и гр. Ямбол - Ст. Загора-Нова Загора - Ямбол

За съжаление вандалските набези върху жп мрежата, освен до икономически загуби, могат да доведат и до големи инциденти с непредвидими последствия и човешки жертви.

НКЖИ води постоянна и дългосрочна политика за намаляване посегателствата върху железните пътища на България и съоръженията към тях. В стремежа си да гарантира надеждността и безопасността на железопътната инфраструктура, ръководството на компанията разчита на компетентните органи, отговарящи за опазване на държавното имущество. Предвид, че посегателствата върху жп инфраструктурата застрашават живота и здравето на много хора, компанията очаква промяна в законодателството, с оглед квалифициране на кражбите като акт на тероризъм.

година и половина и контролира част от направление Пловдив - Свиленград. В него ще се обособят няколко подцентрове, какъвто например ще бъде ръководещият отсечката Пловдив – Септември, когато приключи рехабилитацията ѝ. Успоредно с откриването на втория мост над река Дунав на товарната гара във Видин също е създадено модерно „възелно“ управление, откъдето се контролира и управлява пътническото жп движение в района и целият железопътен трафик до последния разделен пост Капитановци на наша територия. Така че по същество новата сграда в крайдунавския град вече

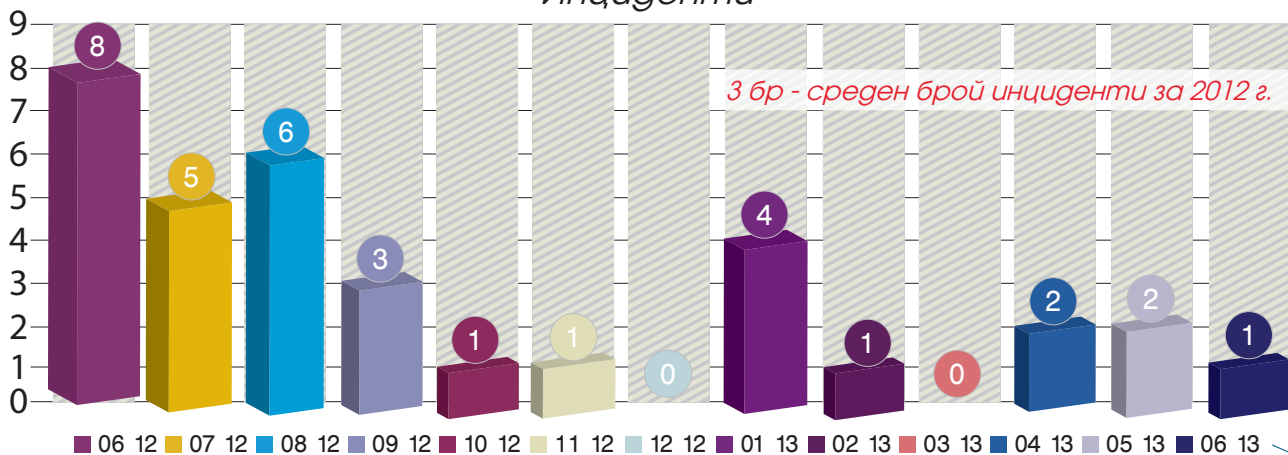
представлява своеобразен минигиспечерски център, където също е монтирана съвременната компютърна система с ниво на безопасност SIL4, испанско производство, която значително повишава нивото

на безопасност. Такъв тип централизации работят по цялата жп мрежа на Евросъюза и са част от общата система за оперативна съвместимост, като могат да се въграждат в ERTMS. При тази

ДП „Национална компания железопътна инфраструктура“. Система за управление на безопасността

## Регистрирани събития

### Инциденти



система едно от предимствата е, че информацията за състоянието на пътя и сигналите директно се подават до бордовото оборудване в локомотива. Така машинистът получава пълна и безпристрастна информация, ако възникне опасна ситуация.

В плановете на НКЖИ за повишаване на безопасността на движение е включено и изграждане по рингове на оптична мрежа, която е част от новата осигурителна техника. То ще се извърши на етапи, защото допълнително са необходими интерфейси за преминаването от меден към оптичен кабел. Той обаче отбелязва, че ако възникват проблеми, те не са от технологично или финансово естество, а са в резултат от непрекъснато увеличаващите се кражби. Според специалистите в компанията се краде всичко и от всякъде. За да се овладее донякъде нарастващият риск, по всички магистрални кабели в страната е монтирана собствена сигнализираща система, изработена в компанията. В случай, че някой от тези кабели бъде прекъснат, звуков и светлинен сигнал съобщават в най-близката гара. Много добро е и сътрудничеството с Транспортна полиция. Но засега е невъзможно цялата мрежа да се контролира с видеонаблюдение, обаче такова се монтира във всички реконструирани гари и в 13 от тях вече успешно работи. Въпреки че на

## Система за управление на безопасността в НКЖИ

*Спрямо разпоредбите на европейската комисия събитията, свързани с аварии по жп мрежата, се класифицират в три групи. Това са произшествия, инциденти и ситуации, близки до инцидентите според степента на опасност.*

*Произшествията в железопътния транспорт са следните видове - сблъскване, дерайлира-*

*не, произшествия при железопътни прелези, произшествия с хора, причинени от подвижен състав в движение, пожари и др.*

*Инцидентите в железопътния транспорт са счупена релса, деформиран железен път и др.*

*Най-често случващото се събитие, което НКЖИ води като произшествие, е счупването на пантографите.*



самото разследване. Одобрената методика, включваща процедури и алгоритъм за оценка на риска също допринася за усъвършенстване на процесите, пряко или косвено свързани с безопасността. Защото според европейската нормативна база и изисквания, съществуващото ниво на безопасност

трябва да остане същото или да се подобрява, но не и да се влошава. Тази методика гарантира това и дава възможност за по-задълбочен анализ и оценка на всички фактори, които пряко или косвено влияят върху безопасността. Диапазонът им е много широк, твърде специфичен и включва от отделния специалист и служител в компанията до строителите, изграждащи железопътната мрежа. **И**

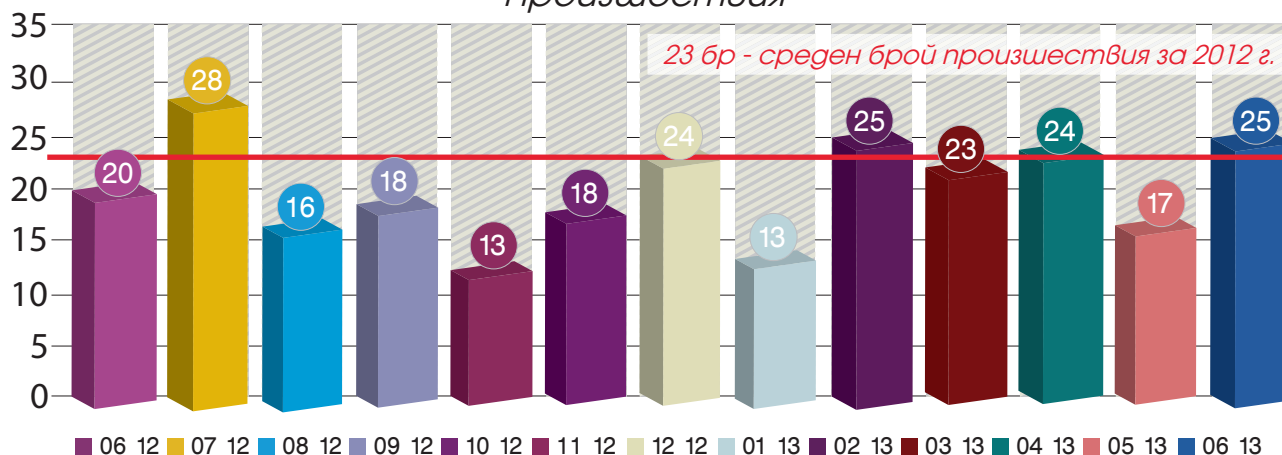
този етап мониторите се поставят при дежурните ръководители на движението, в бъдеще за целта ще трябва да се изградят и специални центрове.

За подобряване на нивото на безопасност е помогнала и създадената през 2008 г. специализирана система за управление. Благодарение на нея са направени добри връзки с всички подделения. Усъвършенстван е и начинът на уведомяване и

Системи за управление на безопасността

### Регистрирани събития

#### Произшествия



# Бутик Спа хотел 3 Планини



"3 Планини" е луксозен бутик Спа хотел, изграден в характерен алпийски архитектурен стил, съчетан с традиционни и национални елементи. Намира се близо до Банско - най-известният ски курорт на България и в непосредствена близост до наскоро построеното от Ian Woosnam голф игрище, както и до ски писта Кулиното



За резервации и допълнителна информация: тел.: 074792955, 0888

805993; e-mail: [reservations@3-mountains.com](mailto:reservations@3-mountains.com); <http://www.3-mountains.com/>



# Газ към дъното

Френските автомобилни корпорации продължават да са сред топпродавачите на коли в ЕС, но хегмон е германската Volkswagen

*Спадът в продажбите на коли продължава и у нас, и в цяла Европа*

**АТАНАС ХРИСТОВ**

Надолу и без спирачки. Така можем да характеризираме продажбите на нови коли през първата половина на 2013 г. както в България, така и в целия Европейски съюз (ЕС). Продължаващата рецесия на Стария континент, която тежи и на нашата страна, сериозно натиска пазара към дъното.

Разбивка на данните на базирана в Брюксел Европейска асоциация на автомобилните производители (ACEA) показва, че второто тримесечие на тази година е малко по-добро от първото - откъм продажби и спад, който успява да се свие в периода април-юни. В данните на ACEA за ЕС не са включени продажбите в Малта и присъединилата се към съюза на 1 юни тази година Хърватска.

Пазарът в България, която е втората най-бедна страна в общността, се представя чувствително по-лошо от средното за 27-членния ЕС през второто тримесечие и през първата половина. Доставените у нас превозни средства за периода април-юни 2013 г. са били 5430, което е със 7.1% по-малко спрямо

същия период на миналата година, когато през второто тримесечие бяха продадени 5844 автомобила. За сравнение - спадът в ЕС-27 е 3.5%, до доставени 3 215 504 нови коли в периода април-юни 2013 г.

На тримесечна база обаче продажбите у нас са се повишили драстично повече от тези в ЕС - 53 срещу близо 8%. Помощ на българските автомобилни дилъри оказа и проведенният през юни Автомобилен салон София 2013 г., на който бяха отчетени рекордни продажби. Раздвижването на пазара през второто тримесечие е логично на фона на традиционно слабите продажби през първите три месеца на всяка година, когато потреблението се свива

след истерията около пазаруването около Коледа и Нова година.

С натрупването, през първите шест месеца продадените нови коли у нас са се свили с 8.2% до 8971 броя, а в ЕС понижението е 6.6% до 6 204 990 продадени нови коли.

Германският гигант Volkswagen Group остава най-големият производител в Европа, що се отнася до продажби на коли. През първите шест месеца са продадени 1 590 236 коли от конгломерата, като само от марката Volkswagen са реализирани 775 802 нови коли. Френските автомобилни корпорации PSA Peugeot Citroen и групата на Renault са продали съответно 700 928 и 545 394 превозни средства. **И**



Пазарът на нови коли в Европа и България не спира да се свива

# Японски отличник

Новата Mazda 6 с революционната технология Skyactiv завладява с дизайн и динамика

АТАНАС ХРИСТОВ

Когато човек за пръв създава новата Mazda 6, дълго не може да извърне поглед. Отличникът на японците моментално привлича внимание с изцялата предна решетка с елегантна лайсна, която се издига от долната ѝ страна, преливайки към горния ръб на предните светлини. Дизайнът на дебютиралата в България по време на софийския автосалон през юни тази година Mazda 6 е създадено изцяло около KODO концепцията на японската автомобилна марка. А KODO дизайнът е вдъхновен от магическата сила и ловкост на гепарда.

Новата Mazda 6 обаче е революционна най-вече в едно отношение - технологията Skyactiv. През 2007 г., когато е началото на проекта Skyactiv, японската автомобилна корпорация решава да загърби разработването на електрически и хибридни двигатели и тръгва „да изкачи планина, която достига до небето“. Под това мото започва разработването на компонентите, които японците първоначално наричат Sky, а малко след това Skyactiv - технология, която усъвършенства и олекотява различните автомобилни модули, като в същото време гарантира висока динамика и нисък разход на гориво. Skyactiv е не само при двигателите, а и трансмисиите, каросерията и ходовата част.

И така се появява първият Skyactiv модел на Mazda - SUV автомобилът CX-5, който видя бял свят преди година. През 2013-а технологията беше внедрена и в новата Mazda 6.

Чисто новото поколение на 6-а серия на японската марка беше представено на списание „Икономика“, като за тест взехме бензиновата топ версия на модела. А в Mazda 6 2.5i 192 i-ELOOP има наистина всичко - като се започне от електрическото регулиране на шофьорската и пасажерската седалка, премине се през кожения салон и перата за смяна на скоростите от волана, и се стигне до



всевъзможните системи за сигурност и комфорт. Система за безконтактно отключване на вратите, кожен салон в черен или бежов цвят и цветна камера за обратно виждане с проектиране на траекторията на маневра са малка част от внедрените екстри. 6-степенната автоматична скоростна кутия „разбира“ перфектно поведението на 2.5-литровия бензинов мотор с мощност 192 к.с. и превключва неусетно предавка след предавка.

Добрият синхрон в работата на трансмисията и мотора се проявява перфектно както при шофиране на гълга права отсечка, така и по остриите завои на пътя за побалканските грачета Пирдоп, Челопеч и Копривица.

От Mazda дават среден разход на гориво от 6.3 литра на 100 км пробег за топ бензиновия си мотор. Средният разход в нашия тест достига 7.1 литра на 100 км, което за обема на двигателя, постоянно работещия в жегата климатроник и автоматичната трансмисия е съвсем прилично постижение. **И**

## Mazda 6 2.5i 192 i-ELOOP в цифри:

**ДВИГАТЕЛ:** 2.5-литров, 4-цилиндров с 16 клапани и директно впрыскване на горивото  
**МОЩНОСТ:** 192 к.с. при 5700 оборота в минута

**ВЪРТЯЩ МОМЕНТ:** 256 Nm при 3250 оборота в минута  
**СКОРОСТНА КУТИЯ:** Автоматична, 6-степенна

**УСКОРЕНИЕ 0-100 КМ/ЧАС:** 7.8 секунди

**МАКСИМАЛНА СКОРОСТ:** 223 км/час

**РАЗХОД НА ГОРИВО:** среден - 6.3, градско - 8.5, извънградско - 5.0 литра на 100 км пробег

**ЕС НОРМА НА ЕМИСИИТЕ:** EURO 5

**ОБЕМ НА РЕЗЕРВОАРА:** 62 литра  
**РАЗМЕРИ:** дължина - 4865 мм, широчина - 1840 мм, височина - 1450 мм, междуосие - 2830 мм.

**СОБСТВЕНО ТЕГЛО:** 1360 кг

**ОБЕМ НА БАГАЖНИКА:** 489 литра  
**ЦЕНА НА ТЕСТОВИЯ МОДЕЛ:** 65 980 лв. с ДДС



*Българинът проф. Валери Маринов със свой екип в щатски университет предизвика сензация с технология за защита от фалшификации*

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Двама българи от North Dakota State University - проф. Валери Маринов и неговият докторант Юрий Аманасов, откриха как чрез наночипове да защитят банкнотите от фалшификация. Те успяха да въведат радиочестотни идентификатори (RFID) в лист хартия с дебелината на човешки косъм – около 100 микрометра. Технологията е подходяща за банкноти, лични документи, билети, стикери, етикети.

„Не съм толкова голям гений и нямам революционни изобретения, както медиите твърдят“, уточнява проф. Валери Маринов. Неговата лична история е доста интересна. Той е в САЩ от края на 2000 г. В Америка се наложило да се нарече Вал, тъй като на Запад Валери е женско име и в кореспонденцията обикновено непознатите се обръщали към него с „госпожо Маринов“. В началото било забавно, но после взел решение да сложи край на това недоразумение. За българите обаче си остава Валери.

### Пътят

Роден е в Пловдив. Завършил техникум и в класа бил четвърти по успех, но... отзад напред. Класната ръководителка не вярвала в доброто му бъдеще, смятала, че от него не може да излезе електротехник. „Дори и да станеш, има опасност да те удари ток“, казвала тя загрижено. След това завършил Техническият университет в Русе, но по време на следването нещо необяснимо станало с него и



Проф. Валери Маринов

## Умни пари

той се оказал сред първите по успех. Започнал работа, но не след дълго решил, че фиксираното работно време не му допада и записал аспирантура в Техническият университет в София. После станал преподавател в Пловдивския университет, но скоро тръгнал по света. Отишъл първо в Англия в средата на 90-те години, след това в Южна Корея, Кипър, после заминал за САЩ и останал там.

### Познатата технология

„Чиповете за радиочестотна идентификация не са открити от мен, тази технология съществува от над 20 години. Беше предизвикателство да се

направи електронно устройство, което да замени баркода. Вместо него се въвежда чип с микроантена, който се чете и от 5 м разстояние. Ако стоките са в количката, вместо касиерът да ги маркира една по една, всичко става автоматично, плащате безкасово и си отивате. Това прави тази технология много удобна“, обяснява проф. Маринов. Още преди няколко години американското министерство на отбраната, както и някои компании от водещи индустрии, започват да внедряват технологията за радиочестотна идентификация. Предимството е, че тя позволява оптимално управление на продуктите и на складовото стопанство, икономисват се огромни средства

на онези, които я използват. В момента съществуват и други типове хартия с RFID, те обаче използват по-дебели чипове и съответно крайният продукт е по-масивен и не може да се принтира. Тази индустрия не е позната в България, но в Амери-

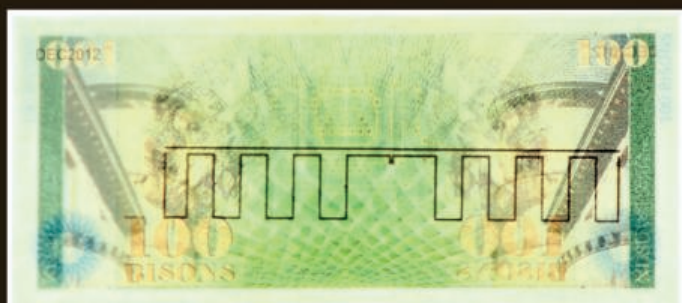
та централна банка и ЕЦБ са възложили проекти за вкарване на чип в хартия. И до момента те не са се увенчали с успех. Но още тогава ученият приема това като предизвикателство и за около 3 години със своя малък екип от студенти в университе-

Лазерът служи като механична ръка, която го поставя на съответното място. Това е нашият принос”, добавя проф. Валери Маринов.

На всеки чип се записва информация, която след това не може да бъде променяна. Чиповете са гъвкави и прегъването на банкнотата не им влияе. Чипът може да бъде повреден, ако парите се сложат в микровълнова печка и тя се включи, но това няма да помогне на фалшификаторите. Те няма как да манипулират информацията в устройството. Банкнотата е само един пример за приложение на нано-RFID, но това не е единствената възможност. Днес, за да защитим един документ от фалшификация, ползваме хартия с водни знаци, правим нотариална заверка, слагаме подписи и печати. При личните документи са пробвани какви ли не методи за сигурност, но никой от тях не е дал 100% гаранция. Само новата технология дава сигурна защита.

## Пазарът

Най-вероятно скоро няма да има пари с радиочестотна идентификация, тъй като по принцип монетните джворове проявяват консерватизъм. Всяка нова защита от фалшификации минава през сериозни изпитания, които често продължават с години. Освен това смяната на технологията и въвеждането на изцяло нови банкноти изисква много ресурси. Но това не е единствено предимство на „умната хартия”. Тя може да спре фалшификацията на билети, в това число и лотарийни. В момента в САЩ дебелите етикети с RFID чип струват около 10 цента. Цената е висока и независимо от това пазарът на тази индустрия е за милиарди долари. Според маркетинголози магията на цифрите в този сегмент показва, че цената на чипа с антената трябва да е под 5 цента. Едва тогава ще има интерес за по-масовото навлизане на усъвършенстваната технология. Проф. Маринов е >



Банкноти с вграден чип и антена за радиочестотна идентификация

ка тя се развива бурно и достигна 4 млрд. долара годишно. В момента дори има приложения за iPhone, които служат като четец за радиочестотни идентификатори.

## Идеята

Проф. Валери Маринов признава, че идеята за т. нар. умни пари не е негова. Преди близо четири години той попадна на информация, че Японска-

та в Северна Дакота успява да намери работещо решение.

## Изобретението

„Новото, което направихме, е, че съумяхме да вградим това устройство за радиочестотна идентификация в тънък лист хартия. Чипът беше изтънен. Разработихме собствена технология за сглобяване на наночипове, която използва лазер, а не механични манипулатори.

изчислил, че цената на наночипа ще падне до 4 цента, в зависимост от това колко масово и колко бързо пазарът го приеме.

## Учен или бизнесмен

Все още няма компания, която да е готова да се възползва от патента. Що се отнася до комерсиализацията на идеята, проф. Маринов не гледа на нея като на златен шанс: „Аз съм преподавател и не съм в бизнеса, моята задача бе да доведе разработката до успешен край. Направих го от любопитство, а не с цел да спечеля много пари. За мен това е просто едно предизвикателство, към което загубвам интерес веднага щом го осъществя. Не се вълнувам дали „умната“ хартия ще се превърне в реален бизнес. Това беше проблем и с моите студенти намерихме решение. Очевидно е, че разработката има търговски потенциал, водят се разговори,

но аз опитвам да стоя малко встрани. Успях да намеря приложение на своя изобретателски дар, но в съчетание с много, много труд – това ми позволи да стигна до сегашното си ниво.”

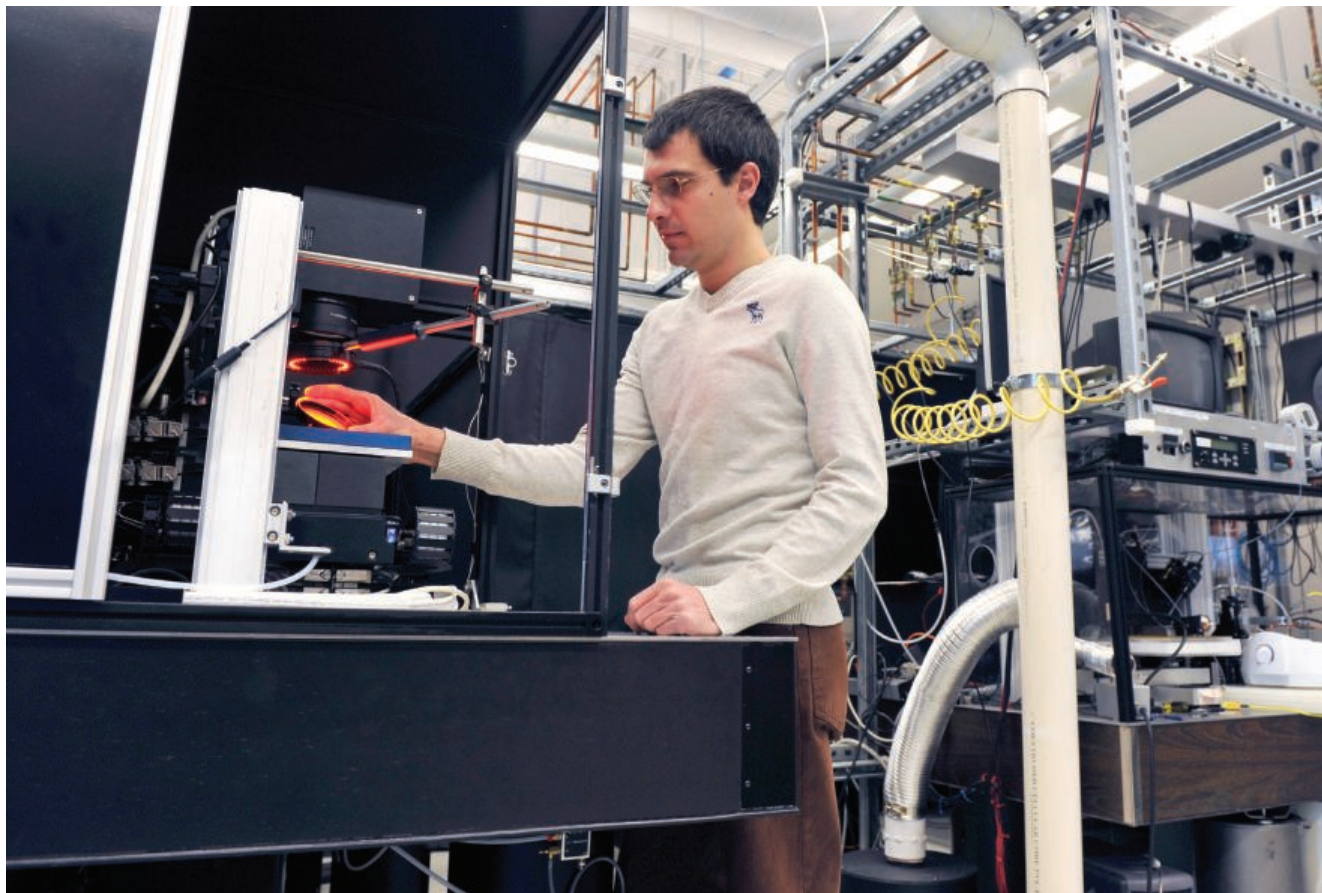
## Хоризонт

Проф. Маринов отправя покана към талантиливи младежи, които имат минимум бакалавърска степен и имат интерес към магистърски и докторски програми по електронни технологии, знаят английски, имат успех над 5.00 и желаят да продължат образованието си, да се свържат с него. Той може да им осигури безплатно обучение, както и допълнителна стипендия, стига да са кадрирни и да имат желание за развитие.

По негови наблюдения повечето млади хора, които нещичко разбират от програмен код, правят мобилни приложения и се надяват да станат милионери.

Там конкуренцията е жестока, но пък началната инвестиция е малка.

Понякога се случва тези, които финансират рискови разработки, да ги забележат. Когато обаче става дума за наистина големи пари, има само един начин – високи технологии. Но пътят е по-труден, тъй като и инвестициите са големи. Преодолеят ли се трудностите от лабораторията към промишленото производство, успехът не закъснява. Трябва обаче да се прескочи т. нар. Долина на смъртта, в която умират много умни идеи. В Америка се дават много пари за научни разработки, но малко от тях стигат до такова ниво на завършеност, а и на публичност, каквото постигна технологията „умни пари”. Тя се превърна в сензация, която има всички шансове да прескочи Долината на смъртта. **И**



Юрий Атанасов, докторант в North Dakota State University и основен член на екипа, разработил т. нар. умни пари



*Петко ПЕТКОВ е електроинженер, член-кореспондент на БАН от 2004 г. Завършил е специалността Автоматика и телемеханика във Висшия машинно-електротехнически институт в София, сега е преподавател в същия факултет на Техническият университет. Работи в областта на теорията на автоматичното управление, техническата кибернетика и автоматизацията на инженерния труд. Разработва числени алгоритми и програмно осигуряване за анализ и синтез на линейни многомерни системи за управление. Предоставя програмно осигуряване за проектиране на системи за управление на научни организации и фирми в САЩ, Франция, Германия, Италия, Финландия, Индия и други. Участва в създаването на Европейската библиотека от алгоритми за анализ и синтез на системи за управление (SLICOT).*

## Член-кор. проф. Петко Петков: Търговци в храма на науката



*В момента има дефицит на хора на духа и на водачи, но като му дойде времето, те ще се появят*

**ТАТЯНА ЯВАШЕВА**

**В** последните 20-ина години се наблюдава отлив на интереса към инженерните науки и практика. Към инженерните специалности се насочват предимно студенти с нисък успех, а с тях наука не може да се развива. По-рано при нас идваха да учат най-амбициозните, а сега няма с какво да ги привлечем, няма и работа, с която да ги задържим. Те виждат

как се забогатява – големите пари не се изкарват с честен труд и с постижения в съответната област, а по друг начин. Това автоматично дискредитира образованието, науката, знанието изобщо. Въпросът е да имат диплома, която да им дава ценз. Стремещът е да се доберат до позиция, откъдето да минават финансовите потоци. Вече губим интелектуалния потенциал, създаван с десетилетия, изчезва приемствеността между науката >

”

*Свидетели сме на световни процеси, които може да се определят като залез на цивилизацията*

“

и образованието и постепенно се превръщаме в държава трето качество. Ако образователната система не повиши своето ниво, скоро няма да има добре подготвени кадри. Практиката е важна, но без солиден теоретичен фундамент няма как да се развиваш.

Младите хора са подведени, че всичко може лесно и бързо да стане. Но онези, които сериозно се занимават с наука, са наясно, че трябва да направят определени компромиси в личен план. Заплатите на учените са ниски, те обаче имат творческата свобода. И ако се върнем назад във времето, ще видим през какви лишения са минали някои най-светли умове на цивилизацията - например Галилео Галилей и Кеплер. За съжаление днес търговците са в храма, дори в храма на науката има покварени хора, които търсят начини да се облагодетелстват. Основните проблеми идват от това, че

### стойностите девалвираха

Парите се превърнаха в основна ценност и това доведе до сериозни деформации в обществото. Има обаче обективни закони, които определят развитието на обществото, и рано или късно те ще надделят и ще се получи обрат.

Като цяло във висшето образование в България нещата не вървят добре, тъй като в университетите идват хора с все по-ниска подготовка. Те нямат мотивация да учат и това е пагубно. Другият дефект, който е резултат на държавната политика, е, че финансирането на висшите училища е според броя студенти. Това принуждава вузовете да се стремят да имат висока бройка, за да получат държавна субсидия, без която няма как да оцеляват. Съществен проблем е, че акцентът пада върху преподавателската

”

*Съвсем скоро във  
висшето образование  
ще се усети глад за  
млади преподаватели*

“

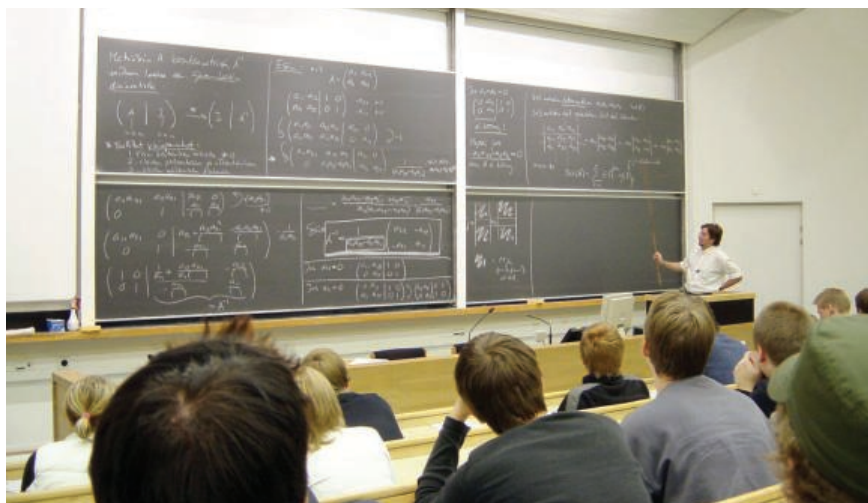
работа, докато навсякъде по света университетите са места, където се развива научна дейност, и това е основно занимание на преподавателите. Когато си на гребена на вълната на научната си кариера, не е трудно да преподаваш, дори за студентите така ще е по-вдъхновяващо. А когато акцентът е върху преподаването, може да се чете курс, който не се актуализира с години. Така всичко „хваща плесен“ и новото не се появява. Липсва и връзка с реалността, животът е отишъл напред. Затова някои компании се оплакват, че от университетите излизат кадри, които не са на ниво. В същото време обаче не са много фирмите, които помагат на

мите, а с качеството на подготовката, която се дава в съответното учебно заведение. Има разработени системи за оценка на висшите училища, които се прилагат във водещи университети по света. Проблемът обаче е, че сме зависими и от

### качеството на студентите

които постъпват в университетите. Когато те идват зле подготвени и без амбиция да учат, няма как вузът да ги преобрази в отлични кадри. Университетите опитват да компенсират отлива на български студенти с прием на чуждестранни, но проблемът е, че повечето от тях идват за платено обучение в България, след като в собствените си страни не са успели да се класират по успех на приемните изпити на национално ниво. Ето защо във висшето образование се наблюдава тенденция към деградация. Освен това все по-трудно става да се привлекат подходящи аспиранти и асистенти и всяка година остават незаети места. Към докторантурите няма интерес, така съвсем скоро във

висшето образование ще се усети глад за млади преподаватели. За да има доценти и професори, първата стъпка е те да са станали доктори на науките. В продължение на три години трябва да се положат значителни усилия, като



Университетите се стремят към висока бройка студенти заради субсидиите. Но държавното дотиране трябва да е свързано с качеството на преподаване

висшето образование.

Държавата трябва да има поглед за 20 години напред, за да може да планува развитието на икономиката, оттам и на кадрите. Очевидно вече е време да се помисли за нова държавна политика в областта на образованието. Субсидията трябва да е свързана не с броя на студен-

типендията е от около 450 лв. В същото време, ако е наистина добър, той получава покана за работа в някоя фирма с няколко пъти по-висока заплата. Защо да стане докторант, щом ученият не се ползва с престиж в обществото, а парите са най-голямата ценност?!

В БАН е концентриран сериозен

научен потенциал, като в някои от институтите работят учени на световно ниво. В годините на прехода академията съумя да се запази, тъй като в науката и образованието процесите текат по-бавно, но има и необратими тенденции. Науката обаче страда от липса на финансиране, още повече че в България няма интерес към това, което учените правят. Някои

### *работят по чуждестранни проекти*

и много от институтите са в различни партньорства, но резултатите не остават в България. Освен всичко тук почти никой и не се интересува от научните достижения. Държавата „щедро“ е оставила това на бизнеса, но без съответна държавна политика няма как да стане пробив в иновациите.

Турция отделя 1% от БВП за наука и образование, а в България е пог 0,5%, в повечето страни от ЕС е над 2%, като тенденцията е делът да надхвърля 3%. Някои страни обаче вече са го надминали. Освен това въпросът не е само в процента, а в размера на тези средства и в ефективното им изразходване. Трябва да се появи министър на икономиката, който да поеме отговорността и да изработи стратегия за развитието на индустрията, а после министерството на образованието да направи съответни разчети за необходимостта от кадри. Но у нас всеки иска да ползва само благините, не и да усети жилото.

В рамките на един човешки живот невинаги може обективните закономерности осезаемо да се проявят. Историята работи с друг мащаб и стъпката на времето в различните епохи не е еднаква. Има закономерности, които по наше време може да не дадат резултат, но в по-дълъг период да си кажат тежката гума. Страната или ще намери своето ново равновесие, или ще загине. В световен мащаб

ресурсите намаляват и това се отразява на темповете на развитието. Бихме могли обаче да се обърнем към интелектуалните си ресурси. Къде са тези българи, които в началото на миналия век, след като започват войните, се връщат да защитават своята родина... Мислители от европейски мащаб идват да бранят отечеството си.



*Изчезва приемствеността между науката и образованието и постепенно се превръщаме в държава трето качество*



Инженерните специалности не са атрактивни за младите

Днес го няма и възрожденският дух, защото липсват големи цели. Търсят се само лични облаги. Иван Евстратиев Гешов в началото на ХХ в. е най-богатият българин. За да се построи сградата на централното управление на Българското книжовно дружество (днес БАН), той прави дарение и дава личен пример като председател на тази организация, но и като министър-председател. Заедно с другите членове на книжовното дружество ипотеку-

рат имотите си, за да може да се довърши сградата, в която сега е Централното управление на БАН.

Десетилетия наред се дават пари от бюджета за наука и образование, но тези знания се оказват едва ли не ненужни и безползни. Така например

### *безпилотните летателни апарати*

които в Техническия университет в София разработваме, имат не само военно приложение, но те може да се ползват при индустриални аварии и взривове в складове с боеприпаси. Нужно е да има цяла такава флотилия от подобни апарати, които при необходимост да се пуснат в действие. С тяхна помощ може да се локализира пожар, незаменими са при земетресения и природни бедствия. Те дават възможност в реално време да се получи информация, без да се застрашава човешки живот. Нашите разработки се

нуждаят от комерсиализация, но самите ние нямаме потенциал да ги превърнем в краен продукт. Просто за нас е предизвикателство да ги направим. За тези работи се ползват математически модели и има алгоритми, с които се създава техният софтуер. Дълъг е обаче процесът от създаването на такова изделие до пускането му в масово производство и именно тук веригата се къса. Министерството на отбраната например би могло да възлага на университетите подобни разработки.

В момента сме свидетели на световни процеси, които може да се определят като залез на цивилизацията. Нашият народ обаче неведнъж е излизал от трудни ситуации и тежки зависимости на държавата. В момента има дефицит на хора на духа и на водачи, но вярвам, че като му дойде времето, те ще се появят. Всеки обаче трябва да има летва, която сам да си вдига по-високо, за да върви напред.



Асенета Делийска предпочете София и загърби бляскавата кариера в Ню Йорк и Лондон

# Философия

ЯНА КОЛЕВА

Преди пет години Асенета Делийска поканила в България 8 свои колеги от Citigroup, за да се учат заедно да карат ски с инструктор. Тези млади хора били от 7 различни страни: Китай, Индия, Италия, Сингапур, Шри Ланка, Филипините, Малдивите. Те били във възторг от преживяванията, които имали тук, но като разбрали какво е нивото на доходите в тази страна членка на ЕС, изпаднали в културен шок. Не могли да повярват, че заплащането дори в мултинационалните компании може да е в пъти по-ниско, отколкото на Запад.

*Ася определя себе си като пътешественик*

Обиколила е над 50 страни и е била в развиващи се държави като Камбоджа и Перу. Въпреки че там живеят в голяма бедност, правителствата са намерили ресурси, за да може туристическият сектор да се развие със стил и вкус. Тук в стихийното разрастване на този бизнес се стигна до отблъскващо презастрояване, станахме дестинация за евтин алкохол.

туризъм, вместо да привличаме с културен, винен и екотуризъм. Амбициозната българка е завършила Американския колеж в София през 1999 г., а после е приета в Mount Holyoke College в САЩ.

Интересен факт е, че още като ученичка се е занимавала с моден дизайн, шиела грехи и основала кръжок по шеф и кройка. Кандидатствала в САЩ с портфолио от дамско облекло, водена от идеята да стане моден дизайнер. Получила пълна стипендия. Но когато отишла на място, се оказало, че има специалност не по моден, а по театрален дизайн. Отказала тази възможност, записала математика и икономика. След дипломирането си работила 1 година в Deutsche Bank в Ню Йорк и Лондон, след това 3 години за Goldman Sachs на Wall Street, като се занимавала с финанси и структурни продукти, после пет години в Лондон за Citigroup, като последните няколко е била ангажирана с частно банкиране за Русия и Казахстан. През 2013-а тя се завърна в България. Помага на неправителствени организации, а в момента обмисля стартиране на своя компания.

За успеха най-важно е постоянството и това, човек да не губи надежда.

Да е гъвкав и адаптивен. „Исках да уча моден дизайн, но се оказах на Wall Street, а сега се стремя да стана предприемач. За десет години смених няколко работни места. Светът днес е отворен и има много възможности за развитие и израстване. Който иска да е специалист в една сфера, трябва да се стреми да стане най-добрият в нея. Ако тук не намира реализация, отива другаде”, отсича Ася Делийска.

Светът е в рецесия и според нея предстоят поне още 5-10 тежки години в САЩ и Западна Европа. Същевременно Китай

# На успеха

”

Краино време  
е да започне  
адаптиране  
на учебните  
програми към  
технологичните  
новости

“

та оценка на активите.  
Всички

## стрес сценарии

през 2007-2008 г. бяха ба-  
зирани на случилото се по  
време на Великата депре-  
сия през 1929 г. Това, което  
се получи сега, показва, че  
скалата на някогашното



забавя подем, този ефект ще се почувства и от доставчиците на суровини - Австралия ще намали темпа, Бразилия също ще пострада. Всичко това означава във времената на рецесия да се грижим за още по-доброто си образование. Животът става все по-динамичен особено с развитието на интернет и на високите технологии. Създават се много нови професии, свързани със социалните медии, уеб и мобилните приложения.

Образователната система в България все повече изостава, учебниците са безнадежно остарели, ползват се стари компютърни програми и морално амортизирани помощни технически средства. Така обучението не е в крак с нуждите на съвременния бизнес и е крайно време да започне

## адаптиране на учебните програми

към технологичните новости и към изискванията на компаниите, смята Ася. Знанията и уменията трябва непрекъснато да се наг-

граждат, защото днес те имат все по-кратък срок на годност. Това е и причина да е толкова съпричастна към идеите на неправителствената организация MyWay.BG, чиято кауза е свързана с професионалното и карьерното ориентиране на учениците и студентите. Целта е младите хора да направят правилен избор, като имат подкрепата на различни ментори, които да ги насърчават в развитието им.

За съжаление възможностите за реализация в България са твърде ограничени, но има начини на предприемачество, което излиза наяве в последните години. Въпреки опитите да се създадат повече центроустремителни сили и младите хора да остават тук, много голяма част от тях продължават да напускат страната и процентът на заминаващите надвишава числеността на онези, които се завръщат.

Много се говореше, че световната криза започна от ипотечната криза в САЩ, но се оказа, че навсякъде по света, където има кредитен бум, цените трябва да са свързани с реална-

икономическо дъно е била твърде мъничка в сравнение с широкия диапазон от кредитни продукти, които днес се предлагат на пазара. Хората вече консумират в пъти повече и потреблението рязко е нараснало. И тъй като ръстът на потреблението не е базиран на реален доход, а бляскавият сън или мечта се финансира чрез кредит, така в един момент балонът се спуска. Подобен сценарий е възможно да се развие в Китай, според прогнозите първо ще бъдат засегнати моловете, бизнес парковете и офис имотите.

Западът се втурна да изнася производства в Китай, но осъзна тази своя грешка и вече тече обратен процес на изтегляне на производствата. Кризата ще ни държи дълго, докато хората се пренастроят, че не бива да живеят на заем, а е по-добре да свикнат и да спестяват. Но пък спадът в търсенето на кредити доведе до

## свиване на банковото кредитиране

Производството се сви, а намаляването на работните



места се оказва трайна тенденция. В такава среда трябва да се стимулира предприемаческата активност, смята Делийска. Препоръката ѝ към младите хора е да развиват умения, които да ги направят търсени като професионалисти. Някои от тях биха могли да се насочват към земеделие, колкото и в България престижът на тази дейност да е в дефицит. Преди около три месеца с неин приятел, с когото са работили заедно в Ню Йорк, били за няколко дни в Турция, за да разгледат страната. Направило им впечатление, че там няма необработена земя, докато у нас голяма част от територията на страната е пустее.

## Иновациите в България

В голямата им степен са заемстване на идеи отвън, истинските новости, които тук се съз-

”

*Истинските иновации, които тук се създават, не намират реализация на родна земя*

“

дават, не намират реализация на родна земя, а търсят излизане на Запад. Българският пазар е свит, освен това изобретатели и предприемачи се страхуват някой да не сложи ръка на работката им, или да почука на вратата и да каже, че бизнесът вече не е техен.

Има шанс България да стане забележима на световната карта на високите технологии, твърди Ася. Тя е убедена, че двата акселератора LAUNCHub и Eleven, които помагат на млади предприемачи с начална подкрепа при старта на бизнеса, вече допринасят за това. Скоро обаче предприемачите започват да се оглеждат за

## финансиране зад граница

за да си гарантират по-голям мащаб на дейността. Тези млади хора

максимално се възползват от предимствата, които средата в България им дава, но при първа възможност търсят партньорства или реализация в чужбина, сочат наблюденията.

Повечето млади предприемачи се ориентират към компютърни и мобилни технологии, затова в близките години Ася Делийска би желала да види по-силно развитие и на земеделието, на реалния сектор, но това ще гоиде с промяна на менталитета. Доста хора в последните три години се завърнаха в България, изпълнени с увереност, че ще могат да направят нещо добро за страната си. Но повечето от тях бързо се разочароват. Вече е ясно, че ако не се насърчава интересът към

## реалното производство

икономиката ще продължи да се срива. Фокусът върху високите технологии няма да е достатъчен. Доста западни корпорации решиха да открият колцентрове, както и други компании за аутсорсинг на процеси, тъй като в България бяха привлечени от наличието на квалифициран, но нископлатен в сравнение със Запада персонал. Но все повече се усеща трудност в намирането на подходящи служители. Така пак се стига до въпроса за образованието и квалификацията. Не бива да се подминава и проблемът с ниското заплащане. Липсата на способни кадри и оскъдните доходи обричат държавата на икономически застои.

България се превръща в дестинация за пенсионери от Западна Европа, тъй като с пенсиите те си осигуря-



Ват добър стандарт на живот тук. Това обаче не допринася за разцвета на нашата икономика, защото няма развитие, не се откриват нови работни места, за младите хора няма перспектива. Страната драматично бързо става държава на възрастните и на ромите. Какво ще стане тук след 10-15 години – отговорът на този въпрос вече не търпи отлагане. Младите хора опитват да отидат на Запад, и то не непременно на висококвалифицирана работа. Във Великобритания Ася е срещала госта българки, които гледат, чистят, готвят, тъй като с подобна работа там си осигуряват далеч по-висок стандарт на живот, отколкото тук биха могли да имат на позиции, за които е нужна квалификация, а заплащането е осъждано.

„Бих искала да видя как *рециклирането*

на отпадъци ускорява темп. На Запад тази практика е начин на живот. Там не от вчера раздельно се събират стъкло, хартия, метал, пластмаса, хранителни отпадъци, докато при нас боклу-



Ася Делийска в Перу



кът не се оползотворява”, казва още Асенета Делийска. В чужбина хората започват все повече да мислят за съхранението на планетата, както и за здравословното хранене и живот. В България и в това отношение има огромно изоставане.

В нашата страна вече повече

от половин година се наблюдава сериозна политическа нестабилност. Хората са отчаяни и умерени и повечето вече са крайно обезсърчени. Вместо по развитие да догонваме европейските икономики, ние стоим на последното място по гоходи, по нови работни места, по иновации, но по корупция и сива икономика сме в челните редици. В позитивните показатели сме назад, а в негативните – напред. „Когато правим

### съпоставка

със стандарта в 70% от света, в които попадат слабо развитите държави, България е добро място за живеене. Както казват източните мъгреци, за да сме щастливи, трябва да се сравняваме с онези, които са по-зле от нас, но за да успеем, винаги да мерим ръст с по-добрите”, така накратко изглежда философията на щастието според Ася. Започне ли да недоволства от нещо, тя си казва, че проблемите ѝ са нищожни в сравнение с по-голямата част от хората по света. Но постави ли си висока цел, гледа онези, които вече са я постигнали. **И**

”

За да сме щастливи, трябва да се сравняваме с онези, които са по-зле от нас, но за да успеем, винаги да мерим ръст с по-добрите

“



Колегите на Ася Делийска от Citi-group били очаровани от Боровец, но изпаднали в културен шок от нивото на доходите в България



Пламен Бончев (доу вляво), София Бурхарди, техният син Нико с местни хора от непалското село Нанги на 2650 м надморска височина

# Байтове свобода

*Пламен Бончев е роден в Бургас и е почти на 33. Завършил Немската гимназия в родния си град и със свои съученици решил да прескочи българските реалности на прехода. Така отишли в Германия. Първо учил музикознание и почти завършил, но се преориентирал към свободно изобразително изкуство в академията във Франкфурт. Там*

*срещнал своя партньор в живота София Бурхарди. Тя е родена в Дания, но израснала в Непал. От шест години насам двамата развиват съвместни творчески проекти: предимно снимат, а дигиталните медии и интернет са техни основни теми. На Sofia Design Week двамата представиха мултимедийната инсталация „Байтове свобода“.*

*За възможностите на глобалната мрежа и за зависимостта от интернет, за дигиталното поколение и за необходимостта от нов онлайн рег разказва Пламен Бончев, който следи развитието на този феномен*

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

**З**а мен реалният аналогов живот е по-стойностен от дигиталния. Всеки, който е в мрежата, рефлектира себе си в момента, в който дава посока на своето търсене. Днес има милиарди сайтове, потребителят сам режисира престоя си в интернет и способността да се отсяват стойностите и ценностите става все по-важна. Глобалната мрежа ни даде възможност с лекота да достигаме до огромно количество информация, това със сигурност влияе на развитието на съвременното общество. Дали обаче ще извлечем полза, зависи само от нас.

Дигиталната зависимост е

Безжичен хъб на покрива на болница в Катманду





Две в едно  
- тандемът  
Пламен Бончев  
& София  
Бурхарди

сякаш въградена в ДНК-то на онези интернет потребители, които не познават света преди появата на глобалната мрежа. Спорен е въпросът дали те са наясно, че комуникацията чрез компютър и телефон освобождава от присъствието и от необходимостта да мислиш как си облечен и как изглеждаш. Виртуалната връзка е лишена от ангажиментите на приятелството и комуникацията протича на много по-повърхностно ниво. Всеки потребител има свободата да изгражда желаната от него идентичност. Във виртуалния свят той може да създава митични характери, докато в реалността не е в състояние да надскочи рамките на физическото си съществуване. Интернет, както казва Георги Лозанов, наподобява

### *средновековен карнавал*

на който може да бъдеш всеки, да направиш всичко, но и всичко може да ти се случи.

В интернет всеки потребител може да публикува мнения и да влияе върху хората. От гледна точка на възможностите за достъп и

разпространение на огромно количество информация интернет е перфектната платформа. Проблемът с легитимността на тази информация не е решен, но той не е свързан единствено и само с интернет. Това се отнася и до традиционните медии.

Глобалната мрежа дава възможност за огромни манипулации и злоупотреби, но всъщност проблемът се създава от хората, които използват този канал с нечисти цели. Нямам рецепта как да се преборим с това. Зная само, че още по-голяма е необходимостта от сериозни проучвания и дебати по въпроса.

Интернет променя много от познатите в обществото закономерности в областта на информацията и комуникацията. Това е един нов свят, който става свръхпренаселен. Нужен е нов подход, свързан с авторските права, тъй като е ясно, че пиратството няма как да бъде изкоренено. Затова вече се мисли за данък, който по гумите на проф. Георги Лозанов наподобява данък „Пътища”. Този налог би трябвало да се плаща от всеки потребител, който иска да има >



WIRELESS център в Непал



Стая за телемедицина в Надги, 2250 м (вляво) и в Катманду (на дясната снимка)

достъп до музика, филми и книги. Глобите не дават ефект. Защитите също се преодоляват. Затова голямото предизвикателство е да се създаде адекватна законова основа, която да регламентира използването на мрежата. Надявам се реформата да започне откъдето, от новите поколения с новите им разбирания. Онези, които са родени във времето, когато мрежата съществуваше като реалност, са различни по нагласа от нас, които сме тъй наречените

### *дигитални емигранти*

Израснал съм без интернет и познавам както аналоговата реалност, така и виртуалната. Рано или късно ще изчезнем като вид и в ръцете на дигиталното поколение трябва да се повери отговорността да регламентират нещата така, че това пространство да дава още по-големи възможности, но при ясни правила.

Използвам интернет над 12 години и това преобърна живота ми, подобна промяна настъпва с повечето хора, които влязат в мрежата. Интернет е ново явление, за което твърде малко знаем. Наш дълг е да анализираме ситуацията, за да започнем още по-рационално да използваме мрежата.

Виждаме колко е лесно чрез интернет да се (само)организируют големи групи от хора. Затова все повече трябва да се занимаваме с този канал за комуникация и да сме наясно с плюсовете и минусите му. Днес имаме нужда от много по-голям капацитет, за да сме в състояние да отсяваме най-необходимото ни. Интернет е океан, в който лесно може да бъдеш излъган. Ето защо е нужна още повече информираност за

”

*Лесно се попада в капана да изживяваш моментите, за да ги споделиш във Фейсбук*

“

опасностите, които дебнат в мрежата.

### *Електронната поща*

създава усещането за вътрешна сензация, тя формира очаквания за новина и непредвидимост. Това ни прави зависими и вече много хора започват да страдат от това. Тъй като съм противник на фирмената политика на Фейсбук, нямам профил в тази социална мрежа, но благодарение на моя партньор София влизам в платформата и анонимно наблюдавам събитията. Забелязвам, че там лесно се попада в капана да изживяваш моментите, за да ги споделиш в социалната мрежа. Всичко започва да се подчинява на онзи постмомент, когато публикуваш и чакаш обратна връзка. За да се предпазя от това, опитвам да държа дистанция от социалната мрежа. Фейсбук събира толкова много информация за хората, че когато някой кандидатства за работа, задължително се прави справка за неговия Фейсбук акаунт. Веднага става ясно какъв живот води тази личност. Затова повечето потребители трябва да се замислят каква част от преживяванията си споделят в тази медия. Днес всеки модерен политик присъства в соци-

алните мрежи и създава определен имидж. Но най-често профилите се подгържат от ПР и публикациите са добре премислени.

В ерата на технологиите интернет не бива да е основната допирна точка с образованието, но тъй той дава възможност информацията да стига и до обществата, които живеят изолирано. Ако не могат да ползват класическите методи на обучение, алтернативата е компетентностите да се развиват онлайн. В Южна Корея 100% от домакинствата имат достъп до интернет. Тази страна е образец за бъдещото проникване на световната мрежа. Много важно условие, за да се ползва интернет обаче, е да можеш поне да четеш. Ако в едно общество 50% от хората са неграмотни, е невъзможно 100% от тях пълноценно да ползват интернет. За по-масовото навлизане на глобалната мрежа влияние има образователната система, стандартът на живот също е от значение, но и нагласата на обществото към дигитализацията е съществен фактор. Държавата трябва да насърчава използването на интернет, но и да не отстъпва от класическите форми на образование. Не знаеш ли азбуката, интернет остава недостъпен за теб. В изолирани селца в Индия над 70% от децата не могат да четат и точно там е направен и следният експеримент. В центъра на селото се поставят четири компютъра с достъп до мрежата. Ако един може да чете, в рамките на 3 до 6 месеца той предава знанията и уменията си на всички останали. Това показва, че образованието в днешно време би могло да функционира и на принципа на самоорганизацията. Ако в една група от десетина души един е грамотен,



Транслационна станция в Копра, 3660 м



Контролна стая в Мокаре

той е в състояние за кратко време да научи останалите да четат, особено ако са деца.

Днес училището има висок статут и тежест. На този етап няма смисъл да се правят усилия интернет да измести традиционната класна стая. Глобалната мрежа като образователна платформа е подходяща

### за отдалечените райони

където има много малко деца и икономически не е оправдано да се поддържа училище. Има и друга гледна точка към проблема с качествено образование. Ако имам силен стремеж да достигна до някакво познание, на мен дори и учител не ми трябва, нужна е само мотивация. Стремя ли се към определено познание, може да преобърна целия свят, за да го постигна. Има много образователни концепции, които са против насилственото образование. Моето поколение е продукт на система за обучение, базирана на принципа всяка грешка да бъде наказвана. Този метод донякъде възпитава страха и самодисциплината. А моят студентски опит в Германия показва, че висшето образование там е въпрос на лично желание и мотивация.

България е имала традиции в компютърните технологии и изчислителната техника. Историческото развитие на този сектор най-добре се илюстрира от


### незавършен пъзел

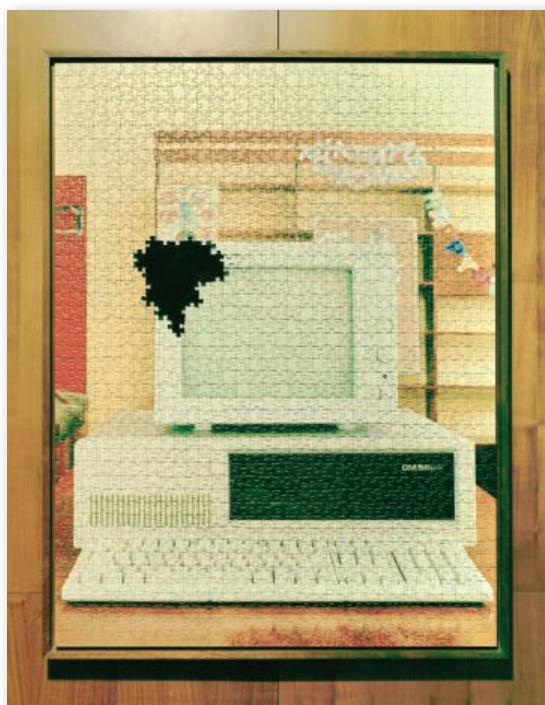
Имали сме потенциала, но в годините на прехода не сме се възползвали от това икономическо

предимство. Липсва морал, липсва и икономическата перспектива. Всички интервюта в мултимедийния проект „Байтове свобода“, които представихме в рамките на Sofia Design Week, заснехме лично, а истинския

биволар го намерихме след цял ден скитане в Стара планина. Той обясни, че биволите са много спокойни животни и са верни другари. Ходихме и до бившия завод за печатни платки в Правец. Намерихме паметника на Тодор Живков и останахме изненадани, че хората го намират за твърде малък.

С партньора ми София Бурхарди обходихме Непал и в продължение на три месеца изследвахме как интернет влияе на местното общество. Прекарахме няколко седмици във високопланински район, разпростиращ се на площ от 500 кв. км. Там от десет години имат безжичен интернет, а преди това го нямали. Беше интересно да наблюдаваме ситуацията. Хората много ефективно използват интернет и не си губят времето, а влизат в мрежата, за да свършат конкретна своя работа или да решат проблем. Телемедицината например е много разпространена и е от съществено значение. Видяхме

как в няколко села на над 3 хил. м надморска височина са оборудвани стаи с компютър и специална камера, осигурена е и интернет връзка с болницата в Катманду. Лекарят прави преглед дистанционно, поставя диагноза и дава съвети на медицинската сестра в селото какво да се предприеме за лечението на пациента. Освен това в Непал ползват интернет, за да продават своите животни, като организират онлайн пазар на добитък. Качват снимки на всичко, което е за продажба, и така намират купувачи. Това е опит, който може да се ползва и в България. 



Незавършеният пъзел на българската IT индустрия, част от мултимедийната инсталация „Байтове свобода“



Ако в едно общество 50% от хората са неграмотни, е невъзможно 100% от тях пълноценно да ползват интернет



ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Стана модерно компаниите да имат ERP системи, но софтуерът е нещо, което не се вижда как точно функционира. Работи ли добре, не се усеща, че го има, започне ли да създава проблеми, става направо ад. Внедряването на модерните системи за управление вече не е лукс, а е необходимост за все повече фирми и предприятия. Без подобен софтуер банките и големите компании днес е немислимо да работят. Решите ли обаче тепърва да въвеждате такава система, първото правило е да не приемате желаното за действително. Преди да подпишете договора с доставчика, внимателно проверете цялата функционалност на предлагания софтуер, за да не се наложи да минете

*по най-трънливия път*

и в крайна сметка да направите двоен разход. Това вече се е случило на не една компания.

Финансиране за ERP системи (Enterprise resource planning) може да се получи по европейските програми и напоследък повечето фирми предпочитат да ги внедряват именно чрез европроект. Правилата са такива, че предварително няма как фирмата да види самия продукт, тъй като според тържните процедури това не е позволено. На практика бизнесът си купува котка в чувал. Често проблемът тръзва от консултантите, които подгот-



# Бизнес

# по ноти



*Внимателно  
избирайте  
системите за  
управление на  
процесите,  
преценете  
опита и  
стабилността  
на доставчика*



вят европроекта, просто защото не са експерти и по бизнес софтуер. Услугите на специализираните IT консултанти са изключително скъпи, а и те са твърде малко на пазара. Затова най-често евроконсултантът заедно с ръководството на компанията формулира заданието за търга, в който може да участват най-различни доставчици на бизнес системи. Не е изключено да се явят и такива, които предлагат интегрирани или чисто счетоводни системи, макар те вече да са отживелица. Евроконсултантите не познават спецификите на бизнес системите и не са в състояние да организират правилно търга. Така за фирмите, които искат за внедряват подобен софтуер за управление,

може да започне ходене по мъките. Опитът сочи, че в търговете участват и компании, които в документацията

### *умело прикриват*

че предлаганата от тях система е от най-нисък клас. Хора, които все още не са работили с ERP система, нямат правилна преценка и се доверяват на онова, което кандидатите твърдят. Определяща, разбира се, се оказва цената. Обикновено чак когато внедряват системата и започнат да работят с нея, фирмите разбират, че не са си купили онова, което им трябва. Но договорът е подписан, внедряването е направено, парите са платени и е невъзможно контрактът да бъде анулиран.

Поне засега не е известен случай подведен клиент по съдебен път да е оспорил, че по време на търга е бил заблуден от доставчика, и да е успял да си върне парите.

ERP системите са

### *надежден помощник*

В управлението на бизнеса. Тяхното разработване започва в 60-те години на миналия век в Америка като теория за управление, за да се улесни мениджмънтът и производствената дейност. Впоследствие се развиват чрез софтуер, в тях има взраден бизнес модел и най-добри практики. Това дава възможност да се следи планирането, управлението на ресурсите и на разходите, натоварването, производствените графици. Постепенно те започват да се награват и към тях се включва CRM (Customer relationship management), BI (Business intelligence), BPM (Business process management) системи. Всички те позволяват да се работи с големи бази данни, да се правят различни справки, като осигуряват дълбочина и аналитичност. CRM системите например дават възможност да се управлява работата с контрагентите на фирмата, те съдържат цялата информация за тях. Напоследък BPM има голямо разпространение, тъй като организира целия документооборот, спомага за по-високата ефективност и оптимизиране работата на екипите. Същевременно може да работи паралелно както с ERP, така и с друг бизнес софтуер. В тези системи е заложена максимална автоматизация, разяснява Наталия Футекова, преподавател по бизнес информатика в УНСС и управител на ERP.BG.

Обикновено такъв IT продукт се въвежда,

### *когато компанията има проблем*

които иска да разреши. За хора, които не са работили с подобен софтуер, е трудно да направят преценка от какъв клас е и дали изобщо е ERP. Разяснението как точно работи може да ви обърка, затова е най-добре да изискате

демонстрация, преди да купите и да започнете внедряване, съветва Футекова. Ето и някои от ориентирите: Простите интегрирани системи очертават картината към даден момент, тъй като в тях само се въвеждат данни. Те не дават сигнал кога резервите на склад са под минимума, нито следят графика на поръчките. За разлика от тях, ERP софтуерът не само пази цялата база данни, но там може да се планират и стъпките напред. За да управлявате производството, трябва да имате поглед към наличностите и да знаете какви ресурси трябва да се набавят. Така доставките са под контрол. „Системата предлага, но човек одобрява. Те все още не мислят вместо мениджърите”, напомня управителят на ERP.BG. Основен принцип в ERP софтуера е, че там никога вече направена операция не може да бъде напълно заличена. Може да анулирате данни и да въведете нов документ, но предишната информация се пази, т. е. следите остават. Това са системи за бизнес, които работи на светло.

Няма сив сектор, който да ползва такъв софтуер. Дългогодишната практика показва, че всяка правилно внедрена система за управление повишава стойността на компанията. Идеята не е да се направи разход за модерно нововъведение, а целта е то да пести средства. Оптимизирането на складовите наличности например дава отличен финансов резултат.

Интегрираните счетоводни системи вече излизат от употреба, тъй като няма възможност да бъдат надграждани и разширявани. ERP също е интегрирана система, но с несравнимо по-голяма функционалност, с други думи, тя съдържа информация за миналото и настоящето и дава поглед към бъдещето.

Решите ли да внедрявате ERP, първоначално се купува лиценз за определена функционалност на софтуера и за брой работни места. Добре е да се сключи договор за абонаментна поддръжка, за да може компанията автоматично да прави актуализациите на софту-



ера. Промените в законодателството веднага се отразяват и компанията продължава да е в крак с изискванията, посочва Наталия Футекова. Системите за управление на бизнеса не са софтуер, който се внедрява веднъж завинаги, те се нуждаят от

## *постоянна поддръжка и осъвременяване*

каквито трябва да се правят и във всяка счетоводна система. Компаниите, които предлагат такъв софтуер, трябва да имат екип от специалисти, който бързо да реагира на всеки възникнал проблем при ползвателя.

Много е важно правилно да се избере доставчикът на системата за бизнес управление. Фирмата трябва да има достатъчно опит, да е стабилна и да предлага наистина добър продукт. Изисквайте гаранции за качествена поддръжка и дългогодишно обслужване, подчертава управителят на ERP.BG. Случи ли се доставчикът да фалира, това най-често означава внедряване на нова ERP система. Не забравяйте, че сравнително ниската цена може да ви струва твърде скъпо. Препоръката на Наталия Футекова е дори когато бизнес система се внедрява с финансиране по европроект, компаниите да не купуват на сляпо. В техен интерес е да настояват за демонстрация на възможностите на софтуера, за да преценят дали

той ще върши работа за конкретните нужди на фирмата.

За малките компании вече се предлага

## *онлайн услуга в облака*

Така не се налага да купуват сървъри, същевременно имат възможност да ползват поддръжка на добра цена. Но дори и в този случай се прави внедряване и обучение. Просто няма как с магиче-




ска пръчица софтуерът да тръгне и хората веднага да започнат да работят на него. Фирмите може да плащат абонаментна поддръжка, докато услугата им е необходима. Мигрирането на данните от една система в друга обаче става трудно и е твърде скъпо, тъй като е свързано с много работа на консултантите. Затова при въвеждането на такава система компанията трябва добре да прецени необходимостите към момента, но и нуждите след време.

С развитието на информационните технологии компаниите стават

### все по-зависими

от тези сложни системи за бизнес управление, тъй като в тях е цялата им информация. Клиентите очакват все по-голяма автоматизация, разчитат с лекота да извършват всички операции, като държат на надеждността на софтуера. Доставчиците трябва да са в състояние да отговорят на тези изисквания. Днес подобна система трябва да е в максимална интеграция с мобилните техно-

логии. Достъпът до нея трябва да става през мобилен телефон, таблет, лаптоп, които дистанционно да са в диалог с данните. Проблемът е, че в някои части на страната няма добро интернет покритие. За мениджърите мобилността днес е решаваща и мобилните оператори трябва да отговорят на това предизвикателство, като гарантират 100% покритие в страната.

Българските доставчици на ERP системи, които гарантират качество, се броят на пръстите на едната ръка. В учебните програми на някои от специалностите във висшите училища е заложено обучение по ERP системи, но често платформите не са от този клас. Бурното развитие на технологиите налага компаниите, които предлагат бизнес софтуер, да създават браншова организация, която да следи за спазването на добрите практики и професионалната етика на пазара. 



## Възвръщаемост на инвестицията

*Внедряването на ERP система е инвестиция, която може да даде сериозно конкурентно предимство на фирмата. В съвременните производствени компании 60-75 % от разходите са за материални запаси. Ефективното им управление може да е решаващо за успеха на предприятието. Доказано е, че внедряването на ERP система оптимизира складовите наличности с 15-25 %, което рязко се отразява върху печалбата.*

*Проучване, направено от международната агенция за бизнес изследвания Peerstone сред над 200 компании, използващи ERP софтуер, сочи:*

- 63 % от големите потребители на ERP системи са изпитали значителна полза под някаква форма;
- 39 % от фирмите са имали пряк паричен ефект от въвеждането на ERP система;
- 47 % от производствените предприятия са имали пряк положителен ефект върху паричните наличности от въвеждането на ERP система.

*За повечето потребители основната цел за въвеждане на ERP система е нефинансова. Управленската проследимост на операциите е посочена като водеща от 71 %. Целите с най-незначителна важност са намаляване броя на служителите (22 %), както и радикалната реорганизация на бизнес процесите.*





# Игровизацията навлиза в бизнеса

*Стотици компании по света вече търсят решение на ключови проблеми в сферата на маркетинга, продажбите и управлението на персонал в ... игрите*

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

Говорили ли сте си някога с ... улична лампа? Е, такава възможност може лесно да ви се угаде, ако посетите британския гр. Бристол това лято, защото уличните лампи, пощенски кутии, автобусни спирки и други предмети в публичното пространство на града позволяват да комуникирате с тях чрез кратки текстови съобщения. Проектът се нарича „Hello Lamp Post!“ и има за цел да популяризира пристанищния град чрез една сравнително нова концепция за маркетинг, наречена игровизация (gamification). Става въпрос за широк набор от методи и инструменти, позволяващи включването на игрови елементи в бизнеса, обра-

зованието и различни обществени сфери. През миналия декември „Hello Lamp Post!“ спечели организираната от бристолската културна организация The Watershed напревара Playable City, която имаше за цел именно да определи най-добрите идеи за геймификация на града. Близко сто проекта от 24 страни по света участваха в напреварата с различни игри за изработка на предмети с 3D принтери, превръщането на улиците на Бристол в огромна ролева игра, както и машина за балони, управлявана от гражданите.

## *Какъв е смисълът*

В подобни на пръв поглед безсмислени дейности? Включването на игрови елементи и механики в неигрови сфери може значително да



промени отношението на клиентите и обществеността към всеки един бизнес, публична институция или дори към цял град. На практика една бизнес организация може да използва gamification-методи в почти всички процеси и сфери – от ежедневни офисни дейности, през управлението и мотивирането на своя персонал, неговото обучение и преквалификация, до маркетинга, продажбите и оптимизирането на производствените процеси. В основата на тази концепция е заимстването на различни елементи от игрите, сред които постигането на някакви цели, трупането на точки, както и чистото забавление и поставянето им в друг, важен за бизнеса контекст.

През последните години геймификацията се наложи като важна стратегия за редица компании – от малки стартиращи фирми, до много от гружествата в класацията Fortune 500. Някои от най-значимите неправителствени организации също залагат на тази концепция, а само през отминалата година обемът на бизнеса на фирмите, специализирани в сферата на игровизацията,

*се е увеличил  
с 300 процента*

Много компании използват игрови инструменти, за да повишават лоялността на своите потребители, както и по-заангажирани



Foursquare, която предлага на своите потребители различни „постижения“, (achievements) за това, че са активни при чекирането на определени локации



Проектът „Hello Lamp Post!“ спечели организираната от бристолската културна организация The Watershed надпревара Playable City за най-добрите идеи за геймификация на града

служители, а все повече от тези, които не го правят, започват да усещат, че е възможно да изгубят част от своята конкурентоспособност заради това. В по-широкия смисъл на термина игровизация се очаква услугите в този нов бранш да достигнат 2.8 млрд. щ. долара през 2016 г., а още година по-рано 70% от топ 2000 на най-големите корпорации в света ще използват някакви gamification техники.

Някои организации залагат на създаването на видеоигри за повишаване ангажираността на потребителите, други предпочитат

да използват системи за печелене на точки и награди, при постигането на определени резултати (например закупуването на някакъв брой стоки, ако целта е привличането на клиенти или постигането на определени задачи в работата, ако игровизацията е насочена към служителите). Един от най-често цитираните примери е социалната мрежа, базирана на местоположението Foursquare, която предлага на своите потребители различни „постижения“ (achievements) за това, че са активни при чекирането на определени локации. Ако често посещавате дадено заведение, например, и се чекирате в неговия виртуален профил във Foursquare, можете да получите статут на „кмет“ на заведението. Служителите в друга социална мрежа – Facebook – пък са стимулирани чрез платформата Purple, която оценява тяхната работа, раздава награди и създава класации на база на това.

*Как можем да  
използваме  
игровизацията?*

Един от най-често срещаните примери е създаването на вирусни кампании в социалните мрежи или друга комуникационна среда. Не е тайна, че организирането на игри

привлича потенциални клиенти и е мощен инструмент за маркетингови кампании. Големата маркетингова сила на gamification-методите обаче се оказва другаде – в запазването на потребителите, развитието на дългосрочни отношения с тях и повишаването на тяхната лоялност. Една добре измислена класация, при която вашите клиенти печелят точки при извършването на определени действия, може да се окаже безценна за тяхното запазване в бъдеще и повишаване броя на регулярно пазаруващите при вас клиенти. А ако се чудите какво да им подарявате, за да участват във вашите игри, ще ви издам една малка тайна: всъщност, според повечето експерти по игровизация материалното възнаграждение изобщо не е важно. Същата роля с голям успех могат да играят постигането на

## *статус, виртуални постижения или титли*


които да бъдат достатъчно видими за приятелите на вашите клиенти. Нека не се залъгваме – статусът в обществото има изключително важно значение, често надвишаващо това на материални



Играта носи удоволствие, създава целеустременост и ангажираност и все по-често се използва в различни бизнес модели

те придобивки. Вероятно затова и толкова много хора не си купуват просто автомобили, а предпочитат определени марки като Maserati, Ferrari или Lamborghini и са готови да пръснат стотици хиляди левове, за да карат точно такова возило. А всички останали индустрии, базирани на лукса и престижа, са толкова успешни, дори във време на криза. Затова и в пирамидата на потребностите на Маслоу уважението стои няколко нива над материалните нужди. Веднъж открили, че материалните награди не са задължителни във вашата gamification-стратегия, можете

да се отърсите от бюджетните ограничения и да се концентрирате върху най-добрите начини, по които да събудите интереса на вашите клиенти.

По същество игровизацията залага на един традиционно силен елемент от нашето ежедневие – всички ние обичаме да се забавляваме, както и (хайде, бъдете откровени) да играем някакви игри. Играта ни носи удоволствие (което е важно за по-доброто запаметяване на определени послания), създава целеустременост, ангажираност и нерядко – нови навици. Ако победим, удовлетворението е голямо, а ако загубим надпреварата ... ами, най-често просто искаме да пробваме пак. Всичко това генерира изключително голяма позитивна енергия и специалистите по игровизация просто използват тази широко разпространена страст към игрите, за да подобряват различни икономически и обществени сфери. Затова не е изненада, че gamification-методите печелят нови и нови почитатели във време, когато цивилизацията ни все повече се уморява от традиционните работни модели, свързани с индустриалната епоха, на бизнеса му е все по-трудно да ангажира младите хора, които всяка година се вливат в редиците на служителите, а повсеместното бомбардиране с рекламни послания предизвиква все повече умора и все по-малко искрен интерес сред потребителите. 



Желанието за победа и постигането на статус, макар и виртуален, са сериозни мотиви за клиентите за участие в игрови модели

## ADM dental care studio

предлага на Вас и Вашето семейство висококвалифицирана грижа във всички области на денталната медицина:

- ✓ профилактика
- ✓ комплексни лечения и възстановявания
- ✓ естетични корекции
- ✓ дизайн на усмивката
- ✓ пародонтология
- ✓ имплантология
- ✓ лечение под седация
- ✓ ортодонтия
- ✓ микробиологична диагностика
- ✓ декорации и избелване на зъби
- ✓ дентална козметика- филъри на устни и назолабиални гънки

**Ние знаем как да направим усмивката Ви по-красива !**

#### КОНТАКТИ:

гр. София , бул.България 118,  
Бизнес център АБАКУС, офис 6 А  
тел. +359 2 / 866 56 31; 866 57 21  
mob. +359 / 885 30 20 70  
office@adm-dentalstudio.com  
www.adm-dentalstudio.com  
www.facebook.com/pages/ADM-dental-care-studio

**ADM**  
dental care studio

# Възходът на

Архитекти планират да изградят чрез принтиране сгради на Земята, както и космически бази на Луната и Марс. Един белгийски скулптор използва същата технология, за да изработи уникални произведения на изкуството, а учени от САЩ вече създават успешно живи човешки тъкани чрез 3D принтер. Обществото ни се намира на прага на един нов период, през който все повече типове производство ще бъдат изнесени от големите индустриални халета и ще се осъществяват в домовете и офисите ни.

## АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

Когато белгийският скулптор Ник Ервинк започва да комбинира в своето творчество ренесансови техники с една от най-иновативните технологии за производство - 3D принтиране – повечето медиуму обръщат внимание. Днес обаче артистът печели все повече почитатели със своите комплексни, странно изглеждащи скулптури. Антични римски бюстове и произведения на Рубенс оживяват в нови, футуристични и дори понякога плашещи форми.

Работата на Ервинк е базирана на относително новата технологична концепция 3D принтиране, която през последните години разпалва въображението на гийкове, учени и футуролози. Става въпрос за технология, наподобяваща популярните машини за печат, която обаче вместо текстове и двуизмерни изображения, позволява производството на най-разнообразни реални предмети – от чаши и чинии, през триизмерни архитектурни модели, до компоненти за всякакви сложни машини. Това става чрез наслабяването на отделни слоеве изходен материал, който може да бъде както пластмаса, така и гума или различни други материали. Ако вярваме на футуролога и писател Алвин Тофлър, в недалечно бъдеще производството на редица предмети около нас, което днес се осъществява в големи индустриални халета, ще се случва направо в нашите домове и офиси.

Десетилетия наред тази прогноза се свързваше най-вече с на-

растващата популярност на ръчно изработените стоки и „направи си сам“ културата. Днес обаче именно 3D принтерите се налагат като най-вероятното средство, което ще осъществи предсказаното на автора на „Третата вълна“ и „Прогнози и предпоставки“.

Ако тези нови устройства се наложат сред нас (което вече започва да се случва), ще станем свидетели на несравнимо либерализиране на процеса на производство на предмети от ежедневието ни. Представете си свят, в който ще можем сами, при това доста бързо и евтино да създаваме всички необходими в еже-

Скоро самолетите може да се правят с части от 3D печат, след като гигантът General Electric обяви, че работи в тази посока и купи компании за 3D печат. Airbus пък планира да създава цели самолети от подобни части до 2050 г.



Германската компания Twinkind предлага на клиентите да създаде техни миникопия чрез сканиране на тялото



# 3D принтерите



Различни детайли и прибори могат да бъдат направени чрез 3D принтирането



сферата на изкуствата. Огромният потенциал на тази технология да променя материята около нас вече се използва от голям брой артисти както в сферата на традиционните изкуства, така и в някои съвсем нови културни форми. Неотдавна студентката по физика Аманга Гаси създаде триизмерен модел на своята котка, направен по нейна снимка, поставяйки началото на нова мода за конвертиране на изображения в 3D фигури. Аманга е използвала сложна технология, за да превърне силуета от двуизмерната снимка в пространствен модел, след което е публикувала алгоритъма за свободно сваляне в интернет, улеснявайки работата на стотици студенти и фенове. Друг интересен пример за използване на 3D принтерите е предложението на германската компания Twinklind да създаде миниатюрни фигурки на всеки желаещ клиент срещу не малко заплащане. За да се сдобият със собствени мини статуетки, кандидатите за слава трябва да преминават кратък процес по сканиране на тялото им, след което просто да изчакат тяхното мини копие да бъде „отпечатано”. Чилийската компания Thinker Thing пък използва специална каска за улавяне на мозъчните вълни, след което ги материализира чрез 3D принтер, създавайки разнообразни фантастични форми, съответстващи на различните емоционални състояния на хората. Целта на фирмата, която се финансира от >



днешното ни домакински пособия, градинарски уреди, вази за цветя, отвертки и гаечни ключове и какво ли още не със същата лекота, с която нашите баби днес плетат вълнени чорапи и шапки. Само че много по-бързо и без нищо време да бъде загубено. А създавайки отделни компоненти, ще можем да изграждаме и значително по-сложни устройства в домашни условия. Революция, която обещава да се превърне във водещ метод за производство, поне до широкото навлизане на програмируемите материали, които се разработват днес от Масачузетския технологичен институт или до появата на молекулярните асемблери. И все пак, за какво можем да използваме 3D принтерите?

## *От изкуство и развлечение ...*

Едва ли за някого е изненада, че едни от първите приложения на триизмерното принтиране са в

правителството на страната, е да направи 3D принтирането по-достъпно за населението.

## ... през индустриалните приложения ...

Ако създаването на статуи и миниатюрни фигури от мозъчни вълни обаче не е особено значима иновация според скептиците, то едва ли някой ще отрече, че плановете на General Electric в тази област са доста сериозни. Неотдавна от компанията заявиха, че нейното погрязделение за производство на авиационни компоненти GE Aviation възнамерява постепенно

ненти.

Всички останали погрязделения на GE следят отблизо процеса по въвеждане на новата производствена технология, а някои от тях като GE Power & Water и GE Healthcare вече планират нейното внедряване и в своята дейност, съобщиха още представители на конгломерата. Междувременно

принтиране в дейността си. От компанията наскоро съобщиха, че тя е успяла значително да съкрати (от няколко седмици на няколко дни) процеса по тестване и оценяване на различни модели маратонки с помощта на тази технология. Освен това германската компания е намалила значително и броя на служителите, ангажирани

с тази дейност. Приблизително по същото време от основния конкурент на Adidas – Nike, също обявиха, че правят сериозни стъпки за внедряване на триизмерните принтери в създаването на прототипи. Кога обаче технологията



Котката на Аманда Гаси след обработка с новата технология



3D принтер



Компанията Stratasys представи свой модел електрическа кола Urbee, създадена изцяло чрез 3D печат

да въведе технологиите за триизмерно принтиране в своята дейност, а в бъдеще те да бъдат внедрени и в други производствени сектори. Корпорацията анонсира своите планове в тази насока преди броени месеци, предричайки безоблачно бъдеще за промишленото 3D принтиране. За да обезпечи своето развитие в иновативния сегмент, тя вече е придобила две компании с ноу-хау в тази сфера. Сред основните предимства на 3D принтирането са изразходването на по-малко материал, както и по-лесният процес на последващо сглобяване на по-големите компо-

един от водещите авиационни производители – европейската Airbus – обяви плановете си

## да създава цели самолети чрез 3D принтиране

най-късно до 2050 година. Става въпрос за 80-метрови летателни апарати, които при това се очаква да бъдат изградени от прозрачен материал, създавайки неповторимо усещане на пътниците.

Друга водеща в своята област корпорация – текстилният гигант Adidas – също вече използва 3D

ще бъде въведена и в серийното производство на маратонки Все още не е известно.

За разлика от производителите на спортни стоки, от големите автомобилни концерни все още се бавят с навлизането в този нов производствен сегмент. От тяхната латентност обаче се възползва една нова малка фирма в автомобилния бранш – Stratasys, която представи миналата есен прототип на електрическа кола, създаден изцяло чрез метода на 3D печат. Моделът се нарича Urbee и представлява гвуместно возило, предвидено



Момент от изграждането на Kamermaker. Къщата в Холандия ще бъде завършена в края на тази година



Radiolabra pavilion



Футуристичният проект Landscape House на Universal Architecture

предимно за икономично каране в града.

### ... към цели сгради

В сферата на архитектурата вече се разразява истинско състезание за създаването на първата 3D принтирана сграда в света. Ако в началото на годината изглеждаше, че това ще е футуристичният проект Landscape House на Universal Architecture в Амстердам, сред кандидатите за тази „титла“ вече се нареждат Radiolabra pavilion, както и класическата къща Kamermaker, изграждана от DUS Architects отново в Амстердам. Всички те се очаква да бъдат завършени през следващата година.

През февруари своите амбиции в сферата на 3D принтираните сгради обяви и Европейската космическа агенция, която обаче не се интересува от създаването на такива конструкции на нашата планета. Затова пък ESA планира да използва технологията, за да изгради лунна база направо от местни материали, някъде около Южния полюс на нашия естествен спътник. В подалечна перспектива плановете на екипа включват и създаването на

база на Марс по същия метод.

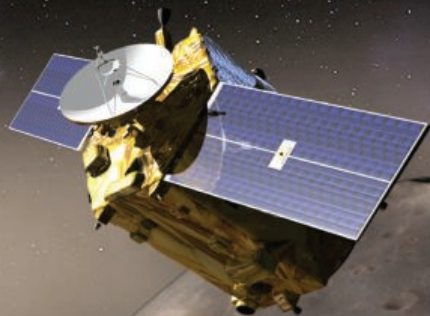
От корпорации, през правителствени институции, до обикновени физически лица – изглежда, че всички са заплени от новата технологична мода. „Смятам, че когато технологията стане по-разпространена, хората сами ще си създават модели и ще си ги принтират при фирми, подобни на нашата“ – разказва пред сп. „Икономика“ Демир Тончев, съосновател на Print3d.bg – една от двете съществуващи към момента български фирми в този нов сегмент. Според него има два модела за развитие на пазара: потребителите могат да си направят моделите сами и да ги изпратят на специализирана фирма за печат, или ако не успеят да създадат моделите сами, те могат да използват готови модели, които да бъдат персонализирани в някаква степен чрез софтуер. Съществува също и вариантът те да закупят модели от 3D дизайнери.

В момента фирмата на Демир се стреми да привлече дизайнери, които да продават модели на нейния сайт, а тя директно да ги принтира. Това според него ще направи услугата достъпна за обикновените

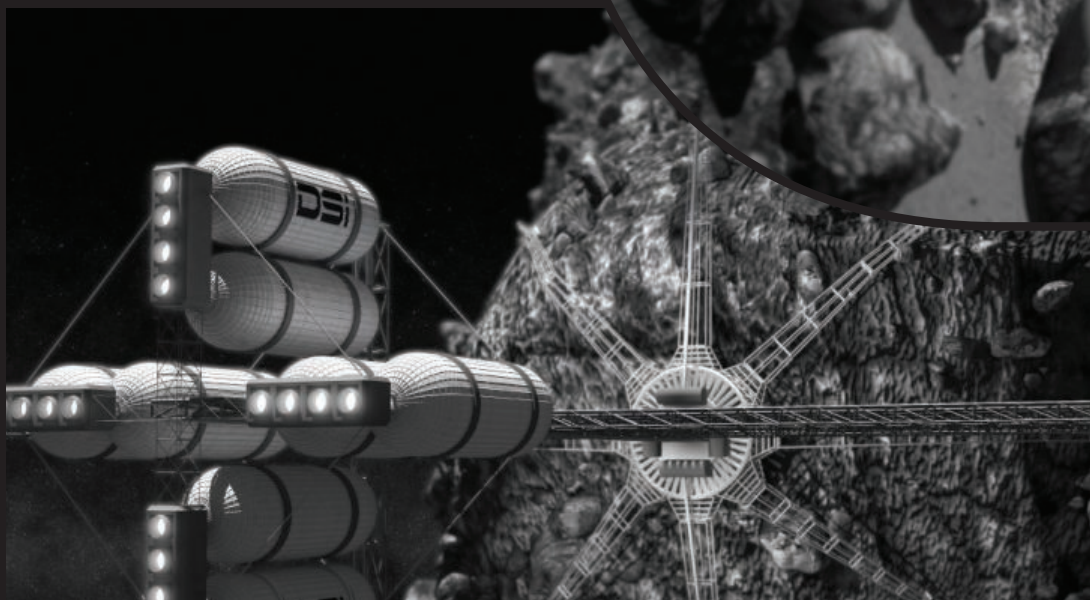
потребители, които искат прокукт, но нямат опит в сферата на 3D моделирането и продуктовия дизайн. „В момента Print3d.bg предлага услугата „принтиране при нужда“. Повечето ни клиенти имат нужда от прототип на даден модел или краен продукт, който при нормално производство би излязъл доста скъпо. Ние имаме възможност да принтираме с дебелина на слоя от 100 микрона и използваме полимер, наречен PLA, който е доста здрав“ – добавя младият предприемач. Като основни предимства на 3D принтирането той посочва бързото и гостъпно прототипиране за производствени предприятия, инженери и механици, възможността за изработка на умален модел на сгради за нуждите на архитектите, както и на модели в сферата на продуктовия дизайн и интериорен дизайн за продуктови и интериорни дизайнери. Възможността за персонализирани предмети (например корпоративни подаръци) също е важна опция. За малки количества – до 500 броя – 3D принтирането е по-евтин вариант от изработването на матрици, добавя Демир Тончев.

### Бъдещето на технологията

изглежда безоблачно и според мнозина анализатори все още сме далеч от откриването на пълния капацитет за обработка на заобикалящата ни материя, с която 3D принтерите разполагат. Интересен пример за възможностите на тази технология са опитите, които Институтът по регенеративна медицина към Медицинското училище Уейк Форест в САЩ прави в сферата на принтирането на живи тъкани и дори органи. Точно така – истински човешки бъбреци, кожа и други органи, създадени чрез принтиране на отделни слоеве от живи човешки клетки, използвайки мастилено-струйна технология. Интерес към работата на института вече има от Пентагона, чиито представители се надяват някой ден да могат да създават необходимите човешки тъкани и органи направо на бойното поле, където някой се нуждае от тях. **И**



Няколко новосъздадени компании вече поглеждат към ресурсите на Космоса. Заг проектите личат имената на инвеститори като Ерик Шмид, Лари Пейдж, Рос Перо и Джеймс Камерън. Те обаче ще трябва да почакаат, докато обществото ни реши въпроса с правната регулация на подобна дейност



# Рудодобив на астероидите

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

Вероятно малцина са се замисляли, че в небето над нас съществува един източник на ресурси, способен да промени изцяло пазара на ценни метали, икономиката и обществото ни. Става въпрос за астероидите, които сме свикнали да гледаме в холивудските апокалиптични продукции като носители на потенциалната гибел на човечеството. Това, което е

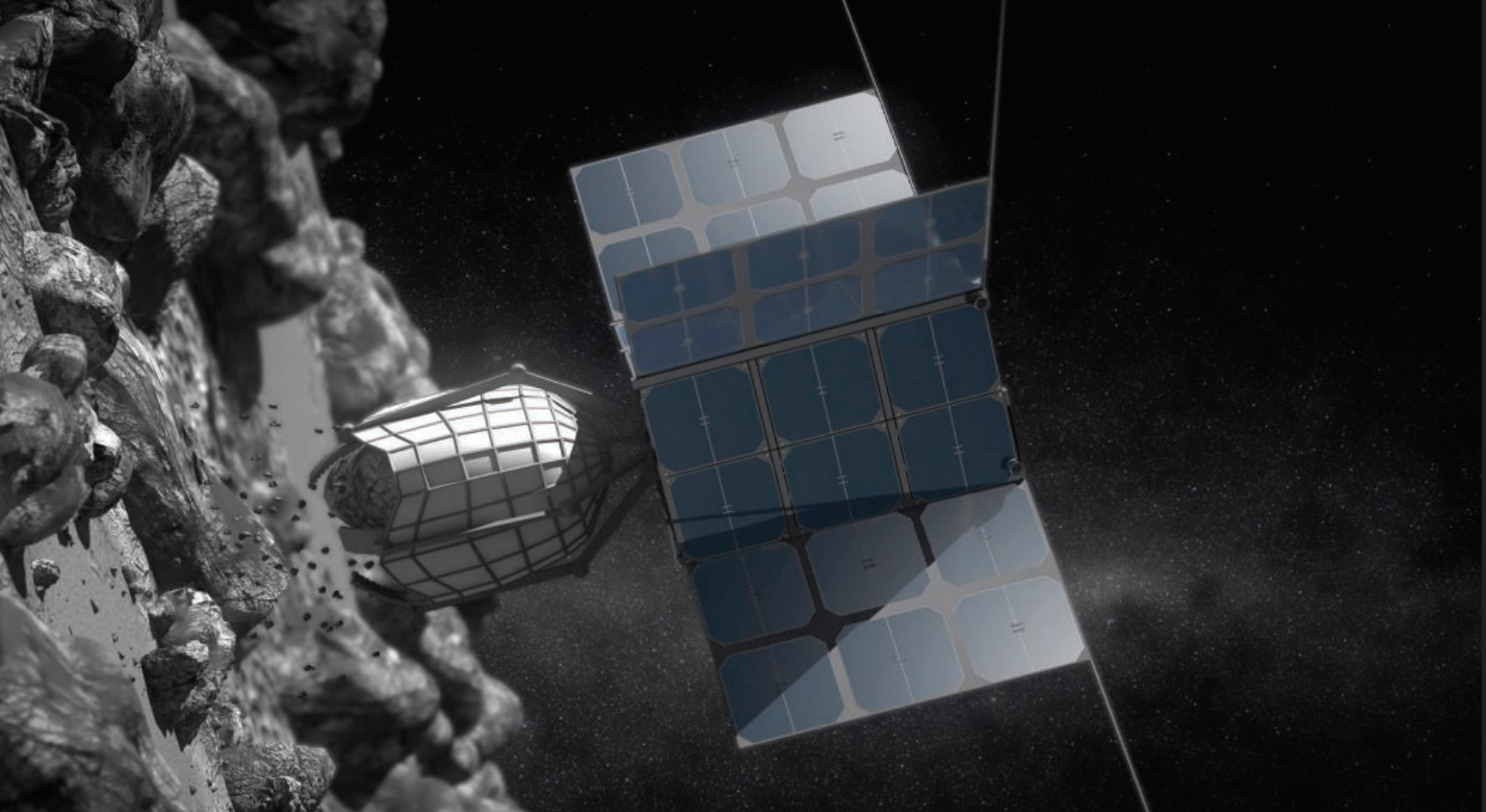
останало встрани от сюжетите на филмите обаче, е наличието на огромни залежи от метали и други ценни суровини в тези реещи се небесни тела. Желязо, никел, дори платина и злато могат да бъдат открити на голям брой астероиди, при това не само на онези, летящи между орбитите на Марс и Юпитер, а и на така наречените NEO (Near Earth Object – обект близо до Земята). Потенциалът на бъдещи проекти по миннодобив на астероиди беше

прегласен още на конференцията TED Global през 2010 г. от професор Ерик Ангерсън, представител на Space Adventures, а няколко компании вече направиха заявка за

*навлизане в този изключително нов сегмент*

Всъщност само един-единствен астероид е достатъчен, за да





Компанията Deep Space Industries (DSI) вече планира своята първа мисия за миннодобив на астероид



DSI

промени изцяло пазара на ценни метали, като например търговията с платина. Този материал се намира изключително рядко на нашата планета и при това – предимно в региони, където се предполага, че в миналото е имало сблъсъци с астероиди. Същевременно някои качества на платината като стабилност, издръжливост на химическо влияние и на висока температура я правят изключително ценен материал в електрониката. А по някои приблизителни оценки само в един сравнително голям астероид от типа NEO се съдържат няколко тона платина на стойност мили-

арди долари. Общото количество метал, който може да бъде добит евентуално от един астероид с широчина примерно 500 м. пък

*надвишава значително всички метали, добити в човешката история*

При това ресурсите, намиращи се на тези космически обекти, са много по-достъпни (при цялата условност на това определение, предвид трудностите на една космическа миннодобивна операция), тъй като там те не са били обект на тектоничните сили,

които да ги закопаят дълбоко под повърхността. За сравнение металните залежи на Земята са по-близо до нас и не се нуждаем от космически кораби, за да ги достигнем. За сметка на това обаче по-голямата част от тях са заровени от тектоничната активност на големи дълбочини, до които просто няма как да се доберем със съвременната технология. Това ги прави напълно неизползваеми, а цялата миннодобивна дейност на човечеството на практика обира само „огризките“ от наличните в недрата на планетата ни ресурси.

В същото време компанията Deep Space Industries (DSI), която вече планира своята първа мисия за миннодобив на астероид, оцени космическия обект 2012 DA14, прелетял покрай Земята през февруари, на зашеметяващите 195 млрд. щ. долара. Това включва както метали като желязо, никел и др., така и значително количество вода, която според компанията би могла да бъде разградена на кислород и водород, след което да бъде продадена като ракетно гориво. В сметката дори не са включени ценни метали като злато и платина. От DSI възнамеряват да изстрелят първия си космически кораб през 2015 г., а плановете са първата мисия за добив на ресурси от Космоса да започне след около десет години. Дори и тогава обаче пионерите в извънземния миннодобив ще се



Ресурсите на астероидите се намират на по-малка дълбочина. Достигането до самите обекти е по-скъпата част от инвестицията

сблъскат с редица трудности, свързани с липсата на подходяща инфраструктура, както и с

*трудната реализация на продукцията*

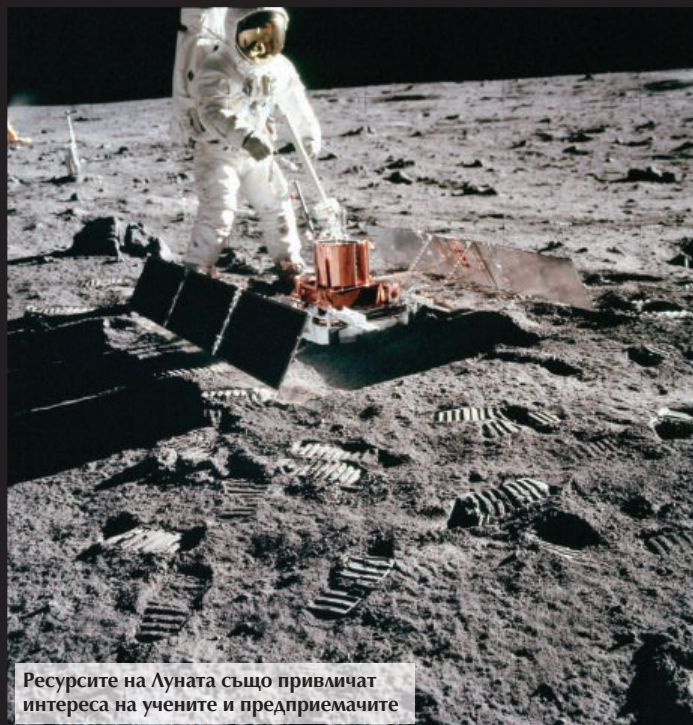
С увеличаването на броя на частните космически проекти, включително за изграждане на станции, орбитални хотели, за пътувания до Луната и други планети, предприемачите, разполагащи с технология за космически миннодобив, могат да се окажат в положението, в което е бил „стоманеният крал“ Андрю Карнеги във време, когато търсенето на стомана за нови индустриални предприятия, железници и други проекти е било огромно.

Стартирането на миннодобивни операции в Космоса (освен астероидите, Луната също е кандидат за такива дейности) има потенциала значително да понижи стойността на ценните метали тук, на Земята, както и цената на електронните устройства. Освен това то би дало на човечеството нов стимул за изследване и усвояване на Слънчевата система във време, когато космическите програми на основни изграти като САЩ и Русия буксуват, а финансовата криза принуди редица държави да редуцират своите планове за изследване на извънземното прос-

транство. Икономическите стимули могат да се окажат важен двигател, който същевременно да спомогне и за

*постигането на чисто научни цели*

Друга нова компания, която привлече общественото внимание с анонсирането на плановете за добиване на ресурси от космоса, е Planetary Resources. Тя беше представена официално през април миналата година, а първото нещо, което прави впечатление, е списъкът с нейните инвести-



Ресурсите на Луната също привличат интереса на учените и предприемачите

тори. Сред тях личат имената на дългогодишния главен изпълнителен директор на Google Ерик

Шмид, съоснователя на Google Лари Пейдж, филмовия режисьор Джеймс Камерън, бившия астронавт Томас Джоунс, милиардера Рос Перо, съзателя на компанията за космически туризъм Space Adventures – Ерик Ангерсън, както и Питър Диамандис – основател на Фондация X – Prize, която организира състезанията Ansari X Prize и Google Lunar X Prize.

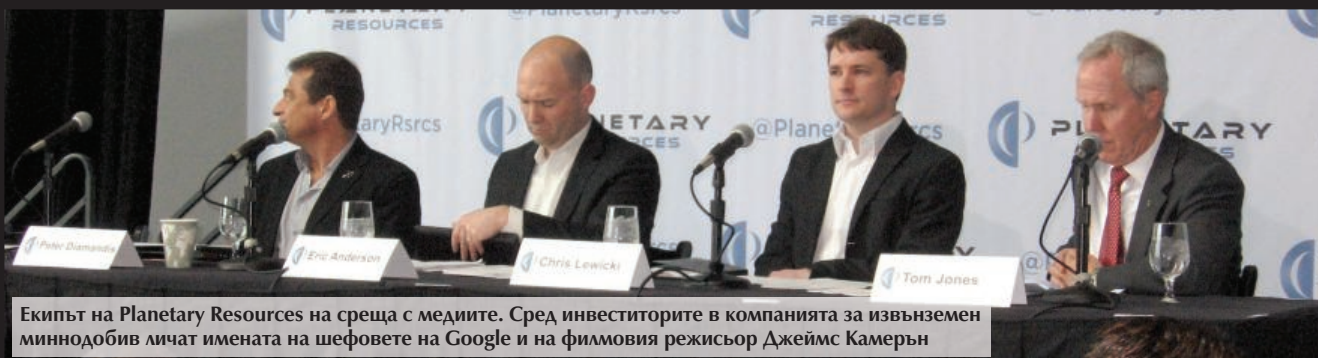
Преди да започне своята дейност по добиване на ресурси от космоса, корпорацията планира да разпръсне в извънземното пространство огромен брой миниатюрни сателити, тежащи не повече от килограм, които се наричат CubeSats. Планът на Planetary Resources включва също извеждането в орбита на собствена мрежа от космически телескопи, както и заангажиране на широка онлайн общност, представяйки своите ресурси безплатно за различни научни проекти. Основната цел на съвездуето от орбитални телескопи обаче ще си остане търсенето на подходящи за миннодобив близки до Земята астероиди (NEA – Near Earth Asteroids). Освен това компанията планира да използва сайта за споделено финансиране на проекти Kickstarter, за да изпрати един телескоп за обществени нужди, достъпен за ученици, студенти, преподаватели и учени.

Преди няколко месеца станаха известни и плановете на американската космическа агенция NASA да се включи в този първа зараждащ се сегмент. Нейните намерения обаче са значително по-смели и включват прихващането на един астероид и

*преместването му на стабилна орбита около Луната*

където неговите ресурси биха могли да бъдат разработвани значително по-лесно. Мисията, която е възможно да

стартира около 2020 г., ще има за цел също и натрупването на нухау в сферата на отклоняването



Екипът на Planetary Resources на среща с медиите. Сред инвеститорите в компанията за извънземен миннодобив личат имената на шефовете на Google и на филмовия режисьор Джеймс Камерън

на опасни космически обекти, което ще може да бъде използвано, ако планетата ни бъде заплашена от сблъсък. Междувременно обаче някои учени побързаха да заявят, че самата мисия би могла да застраши Земята. Последствията от евентуален сблъсък с астероид биха могли да включват изчезването на цивилизацията ни, което означава, че залогът е прекалено голям, за да разместваме насамнатам космически обекти, все едно играем на топчета.

Всъщност дори само евентуалният сблъсък на астероида с нашия естествен спътник би могъл да окаже влияние и на планетата. Независимо дали сме ентузиастични, или сме разтревожени от възможността да променим траекторията на едно небесно тяло, превръщайки го в спътник на Луната, проектът може да не се осъществи по съвсем тривиални причини – липса на средства. Мнозина представители на американския Конгрес вече изразяват съмнения, че на толкова скъпо начинание трябва да бъде дадена зелена светлина. Цената, която ще навдъхне значително 1 млрд. щ. долара, действително е голяма, а потенциалните ползи от бъдещия гобив на ценни ресурси изглеждат прекалено далечна перспектива. Колкото до чисто научното значение – то със сигурност би било огромно, но през последните години сме ставали свидетели и на по-важни научни проекти, които са ставали жертва на свиването на бюджетите.

Същевременно един друг аспект, който не е свързан с парите и безопасността, би могъл да забави плановете на всички участници в новозараждащия се сектор на космическия миннодобив. Става въпрос за правния статут на извънзем-

ните обекти и регулацията на тяхното използване от държави, физически и юридически лица. За компании като Planetary Resources и DSI този аспект се свежда до простичкия въпрос: ако евентуално те успеят да извлекат ценни ресурси от астероиди, ще имат ли реални права върху тях? Космическото право, доколкото изобщо съществува, се свързва най-вече с подписания през 1967 от САЩ, СССР и Великобритания договор Outer Space Treaty, в който се посочва, че

*всички извънземни ресурси представляват обща собственост*

на човечеството и никоя страна не може да си присвоява каквото и да е права върху тях. Всяка частна собственост върху космически обекти също се води за незаконна, а достъпът до всички тях трябва да е свободен за желаещите страни. До момента 102 държави по света вече са въвели дого-

вора в своите законодателства, а други 27 са го подписали, но все още не са го ратифицирали.

В документа все пак има една „вратичка“, която има отношение към използването на ресурси в Космоса. В един от неговите текстове се посочва, че всичко, което е изстреляно в Космоса или изградено в него, си остава частна собственост на своя притежател. На практика това означава, че дори и компанията да няма право да търгуват с извънземни ресурси, те биха могли без проблем да ги използват за създаването на различни апарати и изделия, които впоследствие да използват или да продават. Някои анализатори пък твърдят, че договарят има отношение единствено към цялостни космически тела (планети, спътници, астероиди и др.), а не за използването на отделни ресурси, добити от тях. В противен случай милиони собственици на соларни панели по света в известен смисъл могат да бъдат третирани като нарушители, доколкото реално експлоатират светлина, идваща от слънцето. Широката дискусия в тази сфера изглежда е в самото си начало и участващите държави, организации и компании тепърва ще трябва да вземат решение дали човечеството ще пожелае да впрегне всички предимства на

предприемаческата инициатива и свободната конкуренция в усвояването на Космоса, но съгласявайки се в замяна отделни бизнесмени и корпорации да печелят от този процес. И



Правният статут на извънземните обекти все още не е регулиран и това може да забави доста проектите

ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

Някои неща не бива да се оставят за последната минута. Към тях спада и замразяването на телата ни. Актът на съхранение в гигантски термос, охлажда с течен азот, се прави с надеждата, че учените на бъдещето ще открият как да ви съживят и излекуват от това, което ви е накарало да се замразите. Разбира се, има застрахователни полици за уреждане, правни документи за легализиране, рогни за успокояване, но всичко това трябва да се направи достатъчно рано, за да имате възможност екип от учени да започне вашата криоконсервация.

От правна гледна точка подоб-

на идея е смятана за екстравагантна погребална практика. Има едва няколко лекари, които я практикуват. Безспорно процедурата би била далеч по-ефективна, ако е започнала преди сърцето окончателно да е спряло да работи, но това би било незаконно и се счита за убийство. Ето защо лекарите чакат смъртта на пациента и едва тогава могат да започнат процедурата.

Както всяка друга екстравагантна идея и тази изглежда може да се превърне в добър бизнес. Добре гошли в Alcor - най-голямото и стабилно от двете действащи съоръжения за крионика в САЩ. Въпреки това то е замразило едва 150 души от създаването си през 1972 година. Бъдещите кандидати



Брайън Сингерман, основател на Google, е партньор на Питър Тийл във Founders Fund, който набира средства за експериментална медицина



*Отлагането на смъртта чрез нискотемпературно замразяване в далечно бъдеще, когато човешките възможности и медицината ще са в различно измерение, се превръща във все по-атрактивна възможност за много инвеститори*

## Криониката -



Грегори Бонфилио също е сред поддръжниците на регенеративната медицина

ФОТО: АLCOR



обаче наброяват над 1000. Много от тях са още млади и в разцветта на силите си, което е знак, че криоконсервацията всъщност се случва рядко.

„Клиентите на Alcor заплащат годишна вноска живот, докато са живи, плюс една определена сума в случай на смърт, обикновено покрита от застраховка, ако клиентът е направил Alcor получателя

на неговата застраховка живот”, разказва Макс Мор, президент на компанията, който е един от общо деветимата служители.

Мор смята, че в началото Alcor е предлагала силно занижени цени за услугите си и че дори днешната тарифа от 200 000 щатски долара за съхранение на цялото тяло е твърде ниска. Разбира се, възможно е замразяване на отдел-

ни части, като например главата, което би струвало на желаещите по 80 000 долара. Сумата обхваща суспензия за неопределено време в бъдещето, както и процеса на „размразяване”. Последното обаче е с малко уточнение - Все още не е възможно това да се случи, така че от компанията се надяват, че във времето ще успеят да се справят с този „проблем”.

Първоначално подобни компании са били структурирани изцяло върху вноски на рогнини, които >



Екипът на Alcor, в средата е Макс Мор - президент на компанията

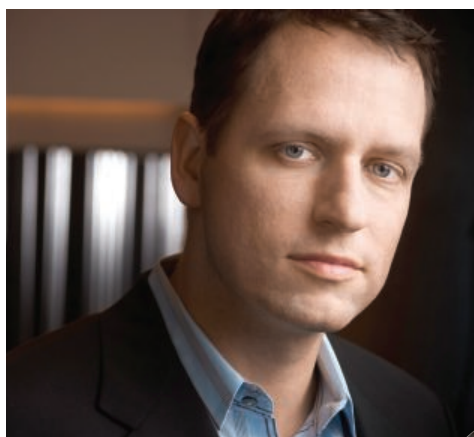


Криокамера

# бизнес за вечността



Сградата на „Алкор”



Питър Тийл, един от ранните инвеститори във Facebook, има фонд за набиране на средства за научни експерименти и инвестира в крионикс фирми

имат желание и възможност да се грижат за пациентите си. Това обаче води до нестабилни финанси, които в крайна сметка раждат разочарования и фалити. Alcor е създадена, за да надживее поколенията, а това отнема доста усилия. Основната цел на компанията е да бъде прозрачна и устойчива. Затова капиталът се поставя в специален инвестиционен фонд, а приходите от него се използват за подпомагане на разходите за съхранение и грижа. Към 2012 година фондът разполага с повече от 8 милиона щатски долара.

Все още няма ясен научен консенсус за това колко време, след като човек е обявен за мъртъв, става безсмислено да бъде извършен опит за криоконсервация. Въпреки това Мор е установил от практиката, че времевият прозорец е до 24 часа.

Криониката съществува като концепция в научната фантастика от повече от един век. Интересът към нея обаче нараства след публикуването на книгата „Перспективата за безсмъртие“ (The Prospect of Immortality) от Робърт Етингер през 1964 година. В нея Етингер излага научни аргументи защо хората трябва незабавно да започнат да обмислят тази правдоподобна алтернатива. Книгата веднага става бестселър и се чете дори 50 години по-късно.

Истината обаче е, че реалният прогрес в тези 50 години в областта на криониката е много малък. Най-голямата крачка без съмнение идва в края на 1990 година, когато в Лос Анджелис криобиологичната изследователска компания 21st Century Medicine разработва наночастици, които се вливат чрез кръвния поток, замествайки водата в клетките на организма. По този начин се премахва от давна известният основен проблем на криониката:

кристализирането на водата. Процесът се нарича витрификация, защото това, което прави по същество, е превръщането на тъкан в стъкло. Подобни наноклетки обаче могат да увредят тялото по други начини, като основният проблем би възникнал при размразяването на тъканта.

Всъщност криониката оспорва идеята на значението на гумата „смърт“. Според нея, когато някоя е клинично мъртъв, всичко което това означава, е, че днешните лекари, които използват съвременните технологии, не могат да направят повече за този конкретен човек. Но Мор и компанията му казват, че клетките остават „живи“ и че те просто не функционират. За бъдещето обаче няма ограничения и затова Alcor предлага „проблемът“ ви да бъде решен

на eBay и първият външен инвеститор във Facebook. Тийл, който не крие своята вяра в експерименталната наука, има фонд за набиране на средства за научни начинания. Breakout Labs вече е инвестирал в две стартиращи крионикс фирми, основани от бивши служители на Alcor.

Тийл е част от основите на крионикснаградата X-Prize, която се разработва в момента. Тя ще се дава на кандидати, които успеят да замразят и след това успешно да размразят човешки орган, така че той да е жизнеспособен. Освен в криониката, това би намерило мащабно приложение и в много други сфери. Би решило и световен проблем - недостига на органи за трансплантация. Ще бъде и първото доказателство, че тъканта може да се съхранява



Медицинските екипи на „Алкор“

тогава. Затова и Мор казва: „Да бъдеш замразен е второто най-лошо нещо, което може да ви се случи. Но със сигурност е доста по-добро от първото“.

Подобна сфера започва да предизвиква интереса и на много инвеститори. Сред тях е и Питър Тийл, милиардерът съосновател

за неопределено време при ниски температури без повреди.

Тийл, който наскоро плати на 20 студенти да напуснат колеж и да стартират малки компании, е известен със своите либертариански убеждения и с идеята си, че правилните инвестиции могат да отложат смъртта във време-

мо. „Може би най-крайната форма на неравенство е между хората, които са живи, и тези, които са мъртви,“ смята той.

През 2010 година Тийл и неговите партньори в друг рисков фонд, Founders Fund, инвестират половин милион долара в Halcyon Molecular, биотехнологична стартър компания, заради мечтата да бъде създаден свят без рак и стареене. За да се аргументира подобна инвестиция, човек трябва да разбере какво точно е Founders Fund и какво по-точно не е.

„Това не са хора, които се интересуват от допълнителен милион долара“, казва Брайън Сингерман, партньор във фонда заедно с Тийл. „Това са хора, които искат да направят нещо невероятно за света“. Портфолиото на фонда включва 14 здравни и биотехнологични компании.

Сингерман, бивш служител на Google, е категоричен, че застаряването на населението е проблем, който може да бъде решен. Според него има два основни елемента на решаването на подобен проблем: Първо, трябва да се лекуват нещата, които могат да ни убият. Второто е разбирането на процесите, от които тялото се влошава. Именно усъвършенстването на ДНК на човек е основен фокус на фонда.

„Не мога да кажа, че ще излекуваме стареенето до седмица. Това би било просто глупаво. Но дали мисля, че в рамките на следващите 10 години ще имаме лек за различни форми на рак? Абсолютно! Смятам и че в следващите 10 години всички форми на вирусното заболяване ще бъдат открити“, казва той. Сингерман не е сам в стремежа си за безсмъртие. Той намира подкрепа и от учените в областта на регенеративната медицина.

Грегори Бонфилио, съосновател и управляващ партньор на Partners Proteus Venture, смята, че бейбум поколенията има дълбоко въздействие върху пазара, особено когато става въпрос за регенеративна медицина.

По неговите изчисления текущият пазар за регенеративна



Руският футуролог Данила Медведев притежава първата крионикс компания извън САЩ

години по-късно те обаче надхвърлят 1,5 милиарда щатски долара. Бонфилио отбелязва, че има около 400 регенеративни продукта на пазара днес, като други 600 са още в развитие.

Политиците също започват да виждат нуждата от подобни бизнеси. През 2011 година в Конгреса на САЩ е представен Закон за насърчаване на регенеративна медицина, който получава подкрепа от всички партии. Законопроектът има за цел да направи по-лесно финансирането на научни изследвания.

Може би най-обещаващият знак за „отлагането на смъртта“ обаче е в Русия. Данила Медведев,



Съхранение на ДНК в лабораторията на „КриоРус“



Данни за клиентите на „КриоРус“

медицина се равнява на почти 2 млрд. долара. До 2025 година обаче прогнозира, че сумата ще нарасне до 20 милиарда. Приходите, генерирани от стартиращи предприятия в областта на регенеративната медицина, генерират около 130 милиона през 2001 година. Само 10

основател на KrioRus, казва, че „се учи от грешките, направени от западните си колеги“. Още през 2005 година Медведев кани екип да снима криоконсервация в Санкт Петербург. Нещо повече, Русия е единствената страна в света, където държавна телевизия излъчва ток шоу, което обсъжда всички различни възможности за удължаване на живота.

Може би най-същественният резултат от усилията на младата крионикс общност на Русия е, че законодателството в момента е в процес на разработка, като се цели отделяне на практиката и придобиване на ясен правен статут. Ако законът бъде приет, Русия ще стане първата страна, която изрично легализира криониката. „Това ще доведе до рязко спадане на разходите и същевременно грастично подобряване на качеството“, категоричен е Медведев. **И**



С голф игрище пръв се сдобива хотелът в Далас

4



Банята и спалнята на най-скъпия апартамент във веригата. Той се намира на последния етаж на хотела в Ню Йорк, а цената на нощувката в него е близо 42 хиляди долара



FOUR SEASONS

*Петзвездната верига Four Seasons е една от най-успешните и прочути в хотелската индустрия. Над половинвековната ѝ история е изградена върху максимално високи и непоклатими стандарти за качество и обслужване*

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

Преди няколко години по време на гостуването си в шоуто на Опра Уинфри, на въпрос в какво най-много обича да спи, Джулия Робъртс отговаря така: „В легло на Four Seasons“. Вместо да се смути от безплатната реклама, вездесъщата водеща се присъединява към адмирациите на актрисата. И заявява ентузиазно: „Леглата във Four Seasons са единствените, които са по-добри от моето собствено!“

Под това твърдение вероятно ще се подпишат с две ръце всички, на които се е случвало да го проверят. Веригата луксозни хотели и курорти отдавна е прочута с това, че се стреми да осигури на гостите си усещането за сън в облаците.

За целта се поръчват матраци, възглавници и чаршафи, изработвани специално за компанията и с гаранцията за максимален комфорт.

Разбира се, това галеч не е единствената предпоставка, превърнала Four Seasons в една от най-успешните, прочути и обожавани хотелски вериги в света. Във всичките 90 хотела и курорта на компанията, разположени в близо 40 страни по света, водещият принцип е първокласното обслужване – на всяка цена и без да се щадят каквито и да било средства. Колкото до обстановката, тя трудно може да бъде по-луксозна – независимо от интериорните решения и местоположението на съответния хотел.

Фактът, който би изненадал дори



Масите на ресторанта в парижкия Four Seasons очакват гостите за закуска



Терасата на президентския апартамент на хотела в Истанбул предлага гледка към църквата „Света София“



## Филантропска дейност

Компанията откроя време се включва активно в многобройни филантропски програми, фокусирани основно върху рационалното използване на природните ресурси и изследвания, свързани с борбата с рака. Исадоре Шарп е един от основателите на организацията Terry Fox Run. Тя функционира от 1981 г. и е един от най-големите дарители на средства за болните от рак в целия свят. До момента събраните от нея пари са близо 500 млн. долара.

През 2011 г. по повод своята 50-а годишнина Four Seasons обявява старт на специалната си кампания по засаждането на 10 млн. дървета по света през следващите няколко години. Компанията е и един от основните спонсори на Националния балет на Канада и Канадската оперна компания. Встрани от това Шарп редовно дарява значителни суми от личната си сметка на различни университети, болници и центрове за изкуство в страната.

пак превъзможва финансовите си проблеми. През 2007 г. основателят ѝ – канадският бизнесмен Исадоре Шарп,

### решава да я продаде

Собственици стават двамата от най-богатите мъже на планетата – президентът на Microsoft Бил Гейтс и принц Ал-Уалид бин Талал, племенник на краля на Саудитска Арабия. Сумата, която плащат за



Стая в хотела във Флоренция. Той е една от реставрираните исторически сгради от веригата

най-честите гости на Four Seasons, е, че

### компанията не е собственик

на едноименните хотели и курорти. Тя ги менажира от името на различни предприемачи и строителни магнати. Единственото, което те трябва да направят, е да се появят в офиса на компанията в Торонто с чековата си книжка и документ за притежанието на парцел земя. Оттам нататък всичко е в ръцете на Four Seasons – от изграждането и дизайна на хотела до управлението му. Компанията има почти пълен контрол върху всеки аспект от менажирането – като се започне от броя на портиерите и се стигне до доставката на свежи рози за стаяте за гости. В замяна получава 5% от брутната печалба, като собствениците поемат разходите около маркетинга и резервациите.

По отношение на високите си стандарти компанията е непреклонна. Нейният основен приоритет е „неприкосновеността на бранда“ – фраза, която повтарят като мантра служителите ѝ от всички равнища и от всички краища на планетата. Four Seasons се интересува много повече от общия имидж



Основателят и изпълнителен директор на компанията Исадоре Шарп

на веригата, отколкото от финансовите притеснения на отделните собственици. Дори когато терористичните атаки от 11 септември 2001 г. довеждат до колапс на туристическата индустрия, компанията отказва да намали цените на нощувките. Упоритостта, с която защитава имиджа си, расте пропорционално със скоростта, с която собствениците на хотели гледат пари. Но компанията все



Райска почивка във Four Seasons в Мауи - първия островен курорт на компанията



Масаж сред природата в курорта в Тайланд

Four Seasons, е 3,8 млрд. долара. В замяна си разделят поравно 95% от акциите на компанията. Останалите 5% остават в притежание на Шарп. Той запазва и президентския си стол, на който сега вече повече от половин век.

Роген на 8 октомври 1931 г. в Торонто, Исагоре, наричан от близките и служителите си Изи, израства в семейство на полски имигранти. След като завършва архитектура, започва работа в строителната компания на баща си. Още ненавършил 25 проектира и ръководи изграждането на хотел на семеен приятел. Въодушевен от успеха му, решава да построи собствен хотел.

От раждането на идеята до осъществяването ѝ минават 5 години. Тъй като разполага с ограничени средства, Изи няма друг избор, освен да направи компромис с местоположението на бъдещия хотел. Парцелът, който купува, се намира в един от най-съмнителните райони на Торонто, известен като сборище на проститутки и наркомани. Въпреки това хотелът Four Seasons, отвори врати през 1961 г., се превръща в оазис за пътуващи бизнесмени.

„Хората, които идваха от други градове, нямаха представа, че районът не е особено добър – разказва Шарп. – Намираха чаровен малък хотел с басейн и вътрешен двор. Ние създадохме собствена среда. Всичко е въпрос на маркетинг.“



Хотелът в Лондон отваря врати през 1970 г. и бележи навлизането на компанията в луксозния сектор

Още от самото начало хотелът, разполагащ със 125 стаи, превръща в свой основен принцип отношението към всеки клиент като към специален гост. Акцентът върху

## персоналното обслужване

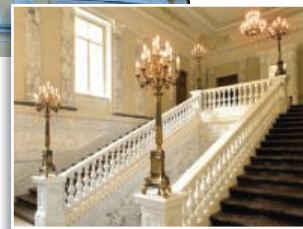
върви ръка за ръка със стилин ненапращив дизайн и висококачествени продукти. Хотелът поживява такъв огромен успех, че само след 2 години Шарп отваря друг. Той се намира в един от най-красивите райони на Торонто – върху висок зелен хълм, и освен всичко друго, предлага на гостите си прекрасна гледка и възможност да се хранят в един от най-добрите ресторанти в града.

Още преди края на 60-те години Изи вече се ползва с репутацията на богат и находчив бизнесмен и притежава 3 хотела. Но по онова време свръхлукът все още не е една от отличителните характеристики на Four Seasons. Става такава през 1970 г., когато компанията отваря хотел в Лондон. Конкуренцията там е безмилостно жестока. Но това по никакъв начин не смущава Изи.

„В града имаше немало елитни хотели с предана клиентела – казва днес той. – Но в тях отношението към гостите зависеше от социалното им положение. Ако някой влезеше по джинси и обикновена риза, дори не си правеха труда да му обърнат внимание. Ние предложихме нещо друго – лукс и перфектно обслужване не за херцози и херцогини, а за хора, които искат да се отнасят



Екстериорът и централното вътрешно стълбище на величествения хотел в Санкт Петербург, който отвори врати преди около месец



към тях като към такива.“

Точно както предвижда Шарп, лондонският Four Seasons никога не остава празен. Само няколко месеца след като отваря врати, е провъзгласен за европейски хотел на годината. Малък, разположен на централно място и с 24-часово персонално обслужване, той е точно онова, което хората търсят във времената на популяризирането на международните пътувания със самолета.

Освен че бележи навлизането на компанията в луксозния сектор, лондонският Four Seasons очертава принципите, от които тя се ръководи и до днес. Златното правило, върху което е изградена корпоративната ѝ култура, е следното: „Отнасяме се към всички така, както искаме да се отнасят към нас.“

## Хронология на значимите събития

**1985** В хотела в Бостън са обособени апартаменти за постоянно пребиваване. В момента с такива разполагат почти всички хотели от веригата.

**1986** Отваря врати Four Seasons в Далас, разполагащ с огромен спа център. Това е първият хотел в Северна Америка, който предлага целия набор от услуги в тази категория. Към него е изградено и обширно голф игрище – друга новост за веригата. Там често се организират благотворителни турнири с участието на много известни личности. В такъв е участвал дори бившият американски президент Джералд Форд.

**1989** Броят на служителите на веригата достига 10 хиляди.

**1990** Започва да функционира първият островен курорт Four Seasons – на Мауи.

**1992** Компанията навлиза на азиатския пазар с отварянето на хотел в Токио. В края на същата година веригата разполага с 10 хиляди стаи за гости и с 20 хиляди служители.

**1993** Открит е Four Seasons в Милано, в чиято сграда в епохата на Ренесанса се помещавал женски манастир. През следващите години в хотела от веригата са превърнати



Сградата на хотела в Будапеща определено е впечатляваща

Само десетилетие след отварянето на лондонския хотел компанията вече управлява още 10 в Канада и 3 в САЩ – в Сан Франциско, Чикаго и Вашингтон. Преходът от собственост към менажиране започва през 1974 г. Конкретен повод стават разходите по изграждането на хотела във Ванкувър, които довеждат Four Seasons до ръба на банкрута. Макар че не е първата компания, която започва да управлява чужди хотели, тя

## създава прецедент

когато изцяло се отказва от бизнеса с недвижимо имущество. Този модел елиминира всички разходи по купуването на земя и строителните работи и осигурява печалби още в момента на пристигането на първите гости на хотелите.

„Във Four Seasons винаги сме вярвали, че ако осигурим на клиентите си стойност, те ще ни осигурят приходи – обобщава Шарп. – Това се доказва във времето. Но в онези

първи години основният въпрос пред нас беше какво гостите ни ценят най-много. Според маркетинговите проучвания това е луксът. А той не означава непременно изискана обстановка и гурме кухня. Постепенно ни стана ясно, че най-големият лукс за гостите ни е времето. Обслужването можеше да им помогне да го оползотворят по най-добрия начин. Затова нашата основна цел стана не просто да направим престоя им приятен, а да ги накараме да го помнят дълго.”

Four Seasons прогължава активно да прибавя хотели и курорти към портфолиото си. Броят на тези, които в момента са в процес на изграждане, е над 60. Колкото го Шарп, той твърди, че няма намерение да слеза от президентския стол – поне докато чувства, че може да допринесе за развитието на компанията и докато здравето му позволява да пътува. После, сякаш между другото, подхвърля, че баща му е живял до 103 години. **И**

исторически сгради в още 5 града - Истанбул (1996 г.), Париж (1999 г.), Будапеща (2004 г.), Флоренция (2008 г.) и Санкт Петербург (юли 2013 г.)

**1998** С откриването на курорта на Малдивите компанията започва да включва в списъка с местоположения на хотелите си атрактивни дестинации за гмуркачи.

**2000** Хотелът в Кайро става първият от веригата, разположен в Близкия изток. През следващите няколко години са отворени още няколко в региона, включително курорт в Дубай.

**2002** Стълването на веригата на разрастващия се китайски пазар е отбелязано с откриването на хотела в Шанхай.

**2003** Отваря врати първият планински курорт Four Seasons - в селцето Тетън в американския щат Вайоминг.

**2006** В Тайланд е открит първият курорт от веригата, предлагащ на гостите настаняване в луксозни палатки. В своеобразния петзвезден къмпинг има дори стаго слонове.

**2008** Компанията навлиза на индийския пазар с откриването на съвременен хотел в Мумбай.

✓ Името Four Seasons е предложено от роднина на Шарп. Неговият първи избор е Thunderbird (Буревестник), но се оказва, че то вече е заето. Именно това обаче е името на кафенето в централата на компанията в Торонто.

✓ Днес служителите на компанията са близо 40 хиляди.

✓ От 15 години Four Seasons не слеза от списъка на 100-те най-добри компании за работа, изготвян от списание Fortune.

✓ В началото на 90-те години Four Seasons и Ritz-Carlton започват директна конкуренция. Първата залага на еднакви принципи на обслужване, а втората - на еднакъв интериорен стил. В крайна сметка Four Seasons печели по-голям пазарен дял.

✓ Най-скъпият апартамент в цялата верига е този на последния етаж на хотела в Ню Йорк, предлагащ 360-градусова гледка към Манхатън. Нощувката в него струва близо 42 хиляди долара, а площта му е 400 кв. метра. Ултралуксозният интериор на деветте помещения е дело на прочутия дизайнер Питър Марино. Към апартамента има басейн и вътрешна градина, а на разположение на гостите, отсегнали в него, са личен иконом, шофьор, масажист и фитнес инструктор.

На второ място в класацията с най-скъпи апартаменти във веригата са т. нар. Кралски в парижкия хотел. Те са два, а цената на нощувката е близо 25 хиляди долара. Декорирани са с ценни произведения на изкуството от XVIII и XIX век, антични мебели, гигантски кристални полилеи и огромни вази със свежи рози. Сред другите екстри в двата апартамента са мраморна вана, сауна и обширен дрешник.

✓ През 2012 г. приходите на компанията са надхвърлили 4 млрд. долара.

# Ефектът „Кралско бебе“



*Раждането на наследника на принц Уилям и херцогиня Кейт ще донесе стотици милиони на британската икономика*

Първата публична изява на малкия Джордж Александър Луи при изписването от болницата



Продажбите на всевъзможни сувенири отбелязват огромни ръстове покрай раждането на бъдещия престолонаследник



ФОТО ЕПА/БГНЕС



61 топовни салюта отбелязаха раждането на малкия принц

Хиляди хора  
бяха обградили  
болницата още  
от сутринта, за да  
поздравят Кейт.  
Великобритания  
очаква и сериозен  
ръст на туристите  
заради щастливото  
събитие



## НИЯ ИЛИЕВА

**В**еликобритания, а и светът, имат нов любимец от кралското семейство и това е Джордж Александър Луи, първородният син на принц Уилям и херцогиня Катрин. Малкият бъдещ престолонаследник проплака в болницата „Сейнт Мери“ в Падингтън точно в 16,24 ч. на 22 юли. Бебето е трето в редицата за наследяване на британския трон и получи титлата принц на Кеймбридж.

Още преди да се роди, малкият Джордж Александър Луи предизвика истинска истерия на Острова, чийто ефект се измерва в стотици милиони. Анализатори изчисляват икономическите ползи от неговото раждане с кодовото име „Ефектът бебе“, по аналогия на „Ефектът Кейт“, породен от неговата майка. Медиите следят под лупа изявите на херцогинята, нейните тоалети, бижута, аксесоари, а марките, които тя носи, преживяват разцвет и генерират милионни печалби заради манията на британките да ѝ подражават.

Бременността на Кейт беше основен акцент в новините през последните месеци, а нероденото още бебе стана ежедневен обект на слухове и дори залагания с размери на медийна истерия.

Тази истерия обаче безспорно има своите икономически ползи и носи печалба за поданиците на Елизабет II. 372 милиона долара - толкова приходи очаква британската икономика около бременността на Кейт Мидълтън и раждането на престолонаследника, изчисляват анализаторите.

Дрешките и играчките

с кралски инициали са най-продаваните стоки в страната в последния месец, а магазините се прицелват най-вече в туристите. Небивал е интересът към всякакви сувенири за повод, заради който в британската столица се очакват и огромен брой чуждестранни гости.

Според центъра за търговски изследвания, който анализира потребителските тенденции, празненствата в чест на новороденото ще донесат на Великобритания за 2 месеца (юли и август) 281 млн. евро. От тях 72 млн. евро ще бъдат похарчени за напитки, а 29 млн. евро – за храна. Сувенирите ще донесат над 92 млн. евро, а 88 млн. евро ще бъдат похарчени за книги и DVD, с които се отбелязва събитието.

Резервациите за самолетни билети до Лондон са скочили със 17% през последната седмица на юни, а за същия период резервациите на хотелите са се увеличили с 13 на сто, според данни на lastminute.com.

Всички деца, родени в един и същи ден с първото дете на Уилям и Кейт, получиха щастливо сребърно пени. Кралският монетен двор пък отбеляза събитието,

като изсече 2013 сребърни монети с елемент на кралския герб на стойност 57 000 евро.

Най-сериозните приходи обаче, естествено, са от любимия на британците хазарт. Раждането на кралското бебе предизвика какви ли не залагания - върху пола на бебето, който го последно не беше обявен, неговото име, денят на раждане и какви ли не още подробности. Според букмейкърите оборотът им от тези залози е достигнал 1 милион евро. Само за 3 часа в понеделник (22 юли), когато Кейт влезе в болница за раждането, са били регистрирани залози на стойност 35 хил. евро, обяви Рори Скот, говорител на букмейкърската къща Paddy Power. Букмейкърските къщи „Корал“ и „Ладброукс“ съобщават за печалби от десетки хиляди само от неотгатнатата дата на раждане на кралското бебе.

Двойнички на херцогинята Кейт също натрупаха госта пари покрай истерията с малкия наследник на престола. Габриела Мънроу-Дъглас от Уиндзор признава, че е получавала по 1500 долара на изява, в която се превъплъщава в образа на Кейт. Сервитърката Хајди Аган пък засне гола фотосесия с изкуствено бременно коремче пред известна фотографа.

В крайна сметка истерията около появата на бял свят на малкия наследник със синя кръв донякъде е оправдана. Един ден той може да стане конституционен монарх на цели 16 суверенни гържави с общо население от над 140 милиона души. **И**



Юбилейни монети за поводът отсече Британският монетен двор



## Кръгли

Класически елегантни и семпли, друките находки, изхвърлени на модния бряг от ретро вълната, са хит със стъкла във всякакви размери – от миниатюрни, през средни до покриващи половината лице. Дизайнерите внесоха щипка модернизъм при тези модели, като удебелиха традиционно тънките им рамки и ги „оцветиха“ в ярки жизнерадостни нюанси. Дамите, гържачи да избегнат хипи излъчването, което този тип очила лесно могат да създадат, е препоръчително да ги съчетават с поелегантни тоалети, вместо с небрежни.

## Котешко око

След миналогодишния им престой на върха на тенденциите модните анализатори предвиждаха, че ще се оттеглят безславно, но всъщност се случило точно обратното. Женствени, закачливи, секси и връщащи към холивудската елегантност от 50-те години на миналия век, очилата от тази категория моментално привличат вниманието. Актуални са във всякакви цветове и размери, както и максимално изчистени или с разнообразни декорации. Изборът зависи от стила на обличане и от търсения ефект.



# СТИЛНО

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

Хората, които на открито почти не се разделят със слънчевите си очила, са еднородни, че без тях се чувстват, сякаш са голи. Но това далеч не се дължи само на чисто практичната функция на този аксесоар – да предпазва очите от ярките лъчи. Отражение на личния стил, показател за финансовото положение и средство за моментално трансформиране на тоалета, слънчевите очила осигуряват перфектната комбинация между мистериозност и шик. А през настоящия сезон повече от всякога са и израз на модно становище.

Сред главозамайващото разнообразие от стилове, форми, цветове и детайли водещите дизайнери очертаха като свои фаворити следните модели:



## Огледални

Изключително изискани и стилни, огледалните стъкла стоят добре върху всякакви модели и размери рамки, предлагат се във всякакви цветове и отиват на всякакви тоалети. Другото им голямо предимство е, че осигуряват на очите възможно най-пълното прикритие, като в същото време правят външния вид подчертано атрактивен.

# Затъмнение

Слънчевите очила, актуални през настоящия сезон, се отличават с изключителна атрактивност, постигната по разнообразни начини



## Декорирани

Блестящи камъни, сложни златни, сребърни и метални детайли, пластмасови цветчета, мъниста, перли и какво ли още не краси голяма част от актуалните през настоящия сезон очила. Декорациите са обилни, подчертано гръзки, а в немалко случаи и фрапиращо екстравагантни. Моделите от тази категория определено са предназначени за дамите, които не се плашат от модните провокации. Най-добрият вариант за носенето им е с изчистени облекла и с минимално количество аксесоари и бижута.

## Защитни

Те формират една от най-интересните тенденции при слънчевите очила през настоящия сезон, като появата им е предизвикана от популярността на прозрачните обувки и чанти. Очилата, напомнящи защитни, са еднакво актуални както в безцветен вариант, така и във всякакви нюанси. Единственото ограничение при тях е, че могат да се комбинират само с по-небрежни облекла.



## Футуристични

Свърхдебели пластмасови рамки и стъкла с геометрична форма, най-често многоъгълни – това са двете отличителни характеристики на този тип очила. Интересни и нестандартни, тяхната основна цел без съмнение е да привличат вниманието. Както и при „защитните“ обаче, не е никак удачно да се носят с елегантни или официални облекла. >



# Избор според лицето

## Овално

Хората с такава форма на лицето са щастливци, защото им отиват почти всякакви модели. Особено подходящи за тях обаче са очилата с квадратни стъкла.

## Кръгло

Най-добрият избор са очилата с правоъгълни или квадратни стъкла, остри ръбове и дебели рамки. В никакъв случай не бива да се допуска грешката да се залага на модел, който е по-тесен от лицето, защото по-този начин то ще изглежда още по-широко.

## Сърцевидно

Препоръчителни са модели, чиито стъкла наподобяват формата на лицето - широки в горната част и тесни в долната. Очилата тип котешко око са перфектен избор, но авиаторските също биха могли да свършат работа.

## Квадратно

Тук правилото е точно обратното на това, важащо за хората с кръгло лице. Необходимо е да се избират модели със заоблени ръбове, тънки рамки и овални или кръгли стъкла. Не е препоръчително обаче последните да са прекалено големи или прекалено малки. Средният размер е най-подходящ.

## Продълговато

Най-удачно е да се залага на модели, чиито рамки са по-широки от лицето - по този начин пропорциите му ще изглеждат по-балансиранни. Отлична идея са също очилата с кръгли стъкла и с декорации, които ще изпълнят същата функция, омокотявайки чертите.



## Грамадни

Запазена марка на всепризнатата модна икона Джаки Кенеди, очилата с гигантски стъкла през последните години не само че не излизат от актуалност, но стават все по-популярни. Съвсем закономерно е, като се има предвид, че стотици музикални, телевизионни и кинозвезди изобщо не се разделят с тях на публични места. Освен че се предлагат в разнообразни форми и стилове, другото голямо предимство на тези модели е, че покривайки по-голямата част от лицето, го предпазват по-ефективно от вредните ултравиолетови лъчи.

## Бели

В момента бялото е такъв хит при облеклата, чантите, обувките и аксесоарите, че слънчевите очила просто нямаше как да останат извън тази тенденция. Рамките в този цвят са дебели, а стъклата най-често са черни, но затова пък могат да бъдат с разнообразна форма. Едновременно шик и небрежни, белите очила внасят свежест в тоалета и могат да се съчетават с почти всякакви облекла. За препоръчване е обаче при носенето им да се залага на ярко червило, за да не „превземат“ лицето.



## Цветни и с принтове

Черното е безопасен избор за останалото време от годината, но лятото изисква по-смели решения в цветово отношение. Дизайнерите предложиха три варианта за постигане на това – рамки в ярки тонове, в пастелни нюанси и с принтове (животински, флорални, райета, точки, квадрати и всякакви други). В зависимост от това какъв ефект се търси, облиците и червилото могат да са в подобен на очилата цвят или в контрастен.



## Само за мъже

разнообразието е огромно. Точно както и при дамските модели, тенденциите се менят всеки сезон, насочвайки предпочитанията на модерните представители на силния пол.


През този сезон първенството по популярност безапелационно печелят ретро моделите с дебели пластмасови рамки и леко издължени в горната част стъкла. Голямото им предимство е, че отиват на почти всякакви облекла от спортно-елегантната категория, както и на почти всякаква форма на лицето.

Добрата новина за почитателите на класическия стил е, че сред най-актуалните модели са т. нар. авиаторски – с тънки метални рамки и огледални стъкла с капковидна форма. Подходящи са за всякакво събитие – дори за официално. Авиаторските очила се срещат и



Спортният стил отдавна не е единственият вариант на мъжете по отношение на слънчевите очила. Мъжките модели еволюираха в шик аксесоар и се превърнаха във важна част от цялостния външен вид. Нещо повече – те са много точно отражение на личния стил. Като се има предвид това, не е никак учудващо, че при размерите, формите и цветовете на мъжките очила

в осъвременен вариант – с цветни рамки или леко променен дизайн. Модерен шик сред актуалните модели внасят също тези с впечатляващ размер стъкла, буквално покриващи половината лице.

По отношение на цветовете черното и кафявото, разбира се, са класика в жанра. Много по-интересен и свеж избор обаче са моделите с бели, разноцветни и дори десенирани рамки. 



**СТЕНАТА – най-грандиозният спектакъл в историята  
на рок музиката за първи път в България!**

# ROGER WATERS THE WALL LIVE

**30 август (петък), София, стадион Васил Левски, 20:00 ч.**

ЧАСТНО  
БАНКИРАНЕ  
 **банка dsk**  
dsk group

 **SOFIA MUSIC ENTERPRISES**

**TICKETPRO**  
www.ticketpro.bg

**БИЛЕТИ:** касите на ТИКЕТПРО в  
цялата страна и на [www.ticketpro.bg](http://www.ticketpro.bg)

**LIVE NATION**



Художникът и моделът...

Човекът като дух и материя е най-възбуждащият обект за изследване и затова всички образи в произведенията на Светлана Тодорова са реални



Страсти-фотография

# Живописни



Румен Д. - Дали?, м.б., пл. 137/106

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Майстор на монументалната живопис, на изненадващата фотография и на възбуждащата скулптура – това е тя, Светлана Тодорова. Нейните маслени платна поразяват с въздействието на цветовете и прилива на емоциите, а фотографските ѝ творби омагьосват със своята синкретична и дълбоко философска образност, присъща само на един голям художник. С изключително умение тя смесва различни техники, с което доказва, че изкуството днес не познава прегради и за търсеция творец няма



Страсти II-фотография



Клеопатра и Милко - Кинематографично, м.б., пл. 145/160, Свет, 2004



Мурад пред Notre Dame, м.б., пл. 200/150



Стефания - Олимпия и Венера (посветена на Мане и Тициан), м.б., пл. 150/200, 2004

# хроника

граница на възможностите.

„Привлича ме ярката образност, съчетанието и балансът на различни изразни средства и характеристики - синтез между изкуствата”, признава Светлана Тодорова.

Нейните творби винаги са концептуални. Човекът като дух и материя за нея е най-вълнуващият обект, за изследване и затова тя рисува само реални хора. Абстракцията, разбира се, не ѝ е чужда, но при толкова красота, страст, дълбочина и многообразие на заобикалящата ни действителност тя е изкушена да е хроникьор на света, в който живеем. Силата ѝ е в това, че успява по най-ярък начин да предаде взаимоотношения,

вълнения, усещания на своите герои от платната и фотографии по начин, граничещ със сюрреализма.

Светлана Тодорова е завършила специалността Графика в Националната художествена академия в София, „след което интересите ѝ я насочват към живописата, скулптурата, рисунката и фотографията. Реализира редица самостоятелни изложби и участия в групови проекти у нас и в чужбина. Печели награди от конкурсите „Фотоваканция” и конкурса на СБХ за пребиваване в ателиетата Сите дез Ар в Париж. Изложбите ѝ са запомнящи се със своята оригиналност. С нейната фотографска изложба „Страсти” преди няколко години

ни в Софийска градска художествена галерия бе открита поредицата „Място за срещи”, в която млади куратори представят млади автори.

Нестандартен бе и проектът ѝ „33 плюс/минус 3 портрета на мои приятели”, представен също в Софийската градска художествена галерия. Докато работи в ателиетата на Сите дез Ар, тя се среща със свои връстници от цял свят, с различна култура, религия и етнос и усеща пулсиращия живот с тях на рози...

Сега работи върху нов живописен проект, който скоро ще даде възможност на почитателите на изящното изкуство да видят нейния нов поглед към модерния портрет. **И**

СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

Камчи на древноперсийски означава „камшик“. Казват, че река Камчия получила името си, защото от птичи поглед приличала на този аксесоар от ездата. Мястото е невероятно, романтично, неповторимо съчетание на река, море и гора. Камчия е известна още с лонгосните си гори от двете страни на реката, за които еколозите и ботаниците подчертават, че са рядко природно явление.

И тук наблизно има едно кътче, което се отличава от всичко познато – уникален културно-образователен, спортен и медицински център, носещ името СОК „Камчия“ (санаторно-оздравителен комплекс). Това е най-голямата инвестиция на Москва в България, има 3 сертификата за



инвеститор клас А. Парите обаче не могат да направят всичко, ако не се влагат гуша и сърце в нещата, които се правят, и ако мениджърът не го развива по правилата на големия бизнес. Душа и забележителни организаторски способности – ето това е „формулата“, с която мениджърът на СОК „Камчия“ Станка Шопова успява да превърне това райско кътче в уникална институция от нов тип, обединяваща съвременен детски лагер, училище, място за детско творчество, културно-образователен и фестивален център, спортен комплекс, лечебно-реабилитационен център. Неслучайно наричат СОК „Камчия“ „Училище на бъдещето“. Основната идея на комплекса е да формира ценностната система на децата, да ги учи на добродетели, на активно и разумно отношение към обществото и природата.

Гости сме на 3-ото издание на Международния детски фестивал „Магията на куклите“. Инициаторката на

фестивала Жени Костадинова вдига летвата високо. Мотото тази година е „Театралните кукли – разказвачи на приказки за малки и големи“.

Фестивалът се организира традиционно през юли от СОК „Камчия“ и Арткъща „Куклите“. Началото е поставено през 2011 г. от Жени Костадинова. Жени е журналист, автор на документални книги за пророчицата Ванга, а отскоро сбъдна още една своя мечта, създавайки първия музей на куклите в София, който нарече Арткъща „Куклите“. Тя сама изработва кукли от най-невероятни материали – бутилки, прежда, дървени лъжици, бобени зрънца, филц, тъл и пр. В ръководената от нея „Творилница“ деца целогодишно майсторят различни кукли и научават много за историята на богатото куклено семейство. Помощнички на Жени в нейната „Творилница“, а и тук, на Камчия, са Светла, Първолета, Ева и Ели. Жени ги нарича „куклену феи“. В рамките на 4 дни на открито в арт-център „Хамбарите“ се провеждат

## Образователен проект на комплекс „Камчия“ превръща малчуганите в артмайстори



# Магията

традиционните за фестивала уъркшопове за различни видове кукли с гостуващи в СОК „Камчия“ деца от

Русия, България, Украйна, Армения, Казахстан и Беларус. Попопени в творческия процес, децата майсторят с наслаждение, дават полет на въображението си, общуват непринудено, усещат красотата на приложното изкуство. Куклите ги въвличат в своите игри и ги карат да мечтаят...

Откриването на фестивала на 17 юли с постановка на театър „СЛОН“, които имат 25 години участие на сцената, предизвиква фурор сред детската публика. 60 минути минават като 60 секунди. Спектакълът е ултравиолет, наричан още театър на сенките, и е изключително ефектен и иновативен.

На следващия ден кукленото настроение завладява още по-силно „Камчия“ - Жени Костадинова и нейните помощнички учат децата как да изработят кукли от семена и тъл, които наричат „Бобени принцеси“. Момчетата са не по-малко улисани от момичетата. Всеки сам изработва лице, което иска да има, едно



друго свое Аз, а после заедно изрязват очите, устата. Децата се въодушевяват, защото виждат своите връстници в друга светлина - от Батман до Анонимните (Анопутоус). И научават, че слагайки маска на лицата си, се превръщат от хора в кукли!

Вечерта над 250 деца са зрители на моноспектакъла пантомима на Александър Илиев „Кутията на щастие“.

И на третия ден фестът е в разгара си. Малчуганите изработват кукли-петрушки от филц. Петрушката е вид марионетна кукла, поставя се на пръстите на ръката и с нея се играят представления за по-малките. Този модел обикновено се изработва от леки материци, като се украсява с шевици, бродерии.

Черешката на тортата идва на четвъртия ден! Това са авторските кукли на Жени, изработени от бутилки, прежда, дървени лъжици. Няма деца, които да не обичат да правят тези кукли. Лесни са и ефектни. Жени охотно обяснява на малките си гости как да направят своя уникална кукла,

творейки наравно с тях. Момчетата успяват да я изненадат приятно, като предлагат мъжки варианти на този вид кукла, в която има много закачка и пародия – дълги мустаци, плешиви темета, рокаджийски коси...

Часове преди закриването, пред 200 деца, актьори от театрална работилница „Магаре“ от Казанлък представят спектакъл с царевични кукли по българската народна приказка „Тримата братя и златната ябълка“. Хлапетата са изцяло потънали в постановката, понеже тя се изнася на руски език, на открита лятна сцена.

Закриването също е ярко преживяване. Поканени са музикални, танцови и артистични детски групи от Варна, които изнасят спиращ дъха спектакъл.

След дни, изпълнени с театър, творчество и блеснали от радост детски очи, феите на Жени могат да отгърнат. Фестивалът вече е загърба им. Но със сигурност се знае, че ще има и 4-то издание. Догодина, по същото време, на същото приказно място. **И**



ФОТО: АРТКЪЩА „КУКЛИТЕ“

# на куклите



Жени Костадинова

## Комплексът

СОК „Камчия“ работи целогодишно, като може да приема едновременно до 2000 гости (около 25 000 души годишно), предоставяйки комплексни услуги на много високо ниво. Тук освен руски деца, по проекта „Заедно в XXI век“ почиват и деца от България и други страни, провеждат се международни творчески и научни семинари. Комплексът се утвърждава като значим съвременен обществен, културен, образователен и делови център. Негов изпълнителен директор е Станка Шопова, по чиято идея е построен. Главният архитект е руснак, но проектирането и строителството са изцяло от български участници. Намира се на урбанизирана територия в курорта Камчия, в близост до мястото, където реката се влива в Черно море. Разполага с три основни детски оздравителни лагера - „Радуга“, „Лон-

гоз“ и „Черноморски“, с големи концертни и видеозали, салон за балет, тв и радиостудио. Спортният комплекс е с басейн с олимпийски размери 50/21 метра, с 8 коридора и още много екстри, внушителен амфитеатър с 2 хил. места на брега на морето. Любопитна подробност е, че 40 на сто от електричеството на СОК „Камчия“ е „зелена енергия“ - получава се от монтираните соларни панели.

В комплекса се гордеят и със свръхмодерен 3D планетариум, в който имаш усещането, че си в открито небе. Забележителното е, че авиокосмическият център, в който е разположен и планетариумът, се ръководи от космонавт-изследователя Красимир Стоянов, дубльор на втория български космонавт Александър Александров, с когото заедно се подготвяха в Байконур за полета през 1988 г.



Жени (в средата) с феите си от Арткъща „Куклите“

# Дами с кауза „Верига на живота“

Книгата „Отива една жена при лекаря“ вдъхновява кампанията „Верига на живота“ на Рей Клуун. В романа той разказва как губи съпругата си от рак на гърдата, когато тя е на 36 г. „Реформа“ решава да започне кампания за превенция, която да не е постоянна. Издаден е специален тираж от книгата в 4000 бройки, като целта е те да се предават от ръка на ръка между дамите и да им помогнат в битката със страшната болест, да направят ходенето при специалисти част от постоянната програма на жените в рисковата възраст.

В тази кампания няма клиент, няма бюджети, корпоративни интереси, месечни справки. Ние си я измислихме и я осъществихме със собствени сили, независимо от липсата на време, средства и възложител, казва Десислава Олованова от агенция „Реформа“.



Десислава  
Олованова

Десислава Олованова е изпълнителен директор на агенция Реформа. Работи в сферата на рекламата и ПР-а от 15 години и има натрупан опит в управление на процеси във всички области на комуникацията - реклама, пиар, медия планиране

и купуване, стратегическо планиране, рекламен мениджмънт. Опитът ѝ в рекламата започва през 1998 г. в рекламна агенция „Маккан Ериксон“. През 2005 г. основава пиар агенция "ОТ-ДО Консулт", на която е управител до 2012 г.

СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

—жо Олованова, как върви кампанията, колко книги „Отива една жена при лекаря“ досега са поръчани чрез Фейсбук приложението?

— Преди да ви разкажа как върви кампанията, трябва задължително да кажа, че още при първоначалния ѝ замисъл тази кампания е „дълга игра“. Идеята ни беше да направим нещо абсолютно обратно на обичайните кампании, които се случват около Деня за борба с рак на гърдата, който е през октомври. Обикновено и най-дългосрочните кампании по темата рак на гърдата са месец-два в най-добрия случай. Не искам да кажа, че са неефективни, а, че един от основните недостатъци е, че покрай тях и презледите за рак на гърдата имат кампанийен характер - засилват се, когато има комуникация, и утихват през по-голяма част от годината. Ракът, за съжаление обаче, е лечим само в първите фази на заболяването. Затова за нас беше много важно да направим различна, концентрирана не в един период, а развита във времето кампания. Единствената ни цел е да бъдем ефективни, т. е. да накараме колкото се може повече жени да се преглеждат стриктно и редовно през цялата година. Да им създадем навик да бъдат отговорни към себе си оттук нататък през целия си живот.

Затова кампанията ни е така направена, че да се развива и разраства във времето постепенно. Идеята ни беше следната - напечатвахме 4 хил. книги на световния бестселър „Отива една жена при лекаря“ на Рей Клуун. Това е страшна, смешна, честна, разплакваща, забавна, разтърстваща, изумителна с откровеността си книга. В нея Рей Клуун разказва по забележителен начин за това как губи съпругата си от рак - тя умира едва на 36 години. Авторът гари безвъзмездно авторските права за този тираж на книгата на една много вдъхновяваща за нас среща с него.

След като напечатвахме книгите, създадохме Фейсбук страница на проекта. Всеки, който посети Фейсбук страницата „Отива една жена при лекаря“, има възможност да поръча безплатно книгата. Благодарение на куриерската компания „Rapido“ доставката на книгата

## Фейсбук кампания от типа „предай нататък“ помага в превенцията на рак на гърдата чрез безплатното разпространение на книгата „Отива една жена при лекаря“

също е безплатна.

Във всяка от тези 2 хил. книги има една специална страница - това е първата. Тя представя кампанията „Отива една жена при лекаря“, нейните цели и напомня на жените да посетят мамолог. В края на тази първа страница всяка от книгите има специален код. С този код, след като прочете книгата, жената може да регистрира своя прочит в приложението към Фейсбук страницата „Отива една жена при лекаря“. След което трябва да я предаде на своя приятелка, близка, на човек, на когото прецени, че е полезно книгата да бъде предадена. Следващата читателка трябва да повтори тези стъпки, след което книгата да продължи своя път.

Така на принципа „прочети и предай нататък“ и на базата на уникалния си код, всяка книга създава наречената от нас „верига на живота“ във Фейсбук. През регистрациите в приложението виждаме жените, които са я прочели, техните коментари и мнения, виждаме на кого те са предали книгата. Можем да следим съдбата на всяко едно копие на „Отива една жена при лекаря“ и да наблюдаваме как то върши работата си.

За набиране на средства за кампанията избрахме модел на приятелско финансиране. Подпомогнаха ни приятели и съмишленици на Асоциацията на пациентите с онкологични заболявания (АПОЗ), както и хора, които имат пострадали близки от болестта, които са загубили близки от рак или самите те са преборили заболяването. Това освободи кампанията ни от каквото и да е корпоративно присъствие, както и от каквато и да е ангажираност към дадена компания.

От 18 октомври 2012 г., когато инициативата за пръв път намери място в медиите, до началото на този месец общият брой на поръчани книги през Фейсбук е над 1500. Част от тиража е раздаден и на известни дами – хора на бизнеса и изкуството, които също да я



Идеята на кампанията е тя да е постоянна, а не само за кратък период. Засега 315 жени са се прегледали за рак след прочитането на книгата

популяризират сред свои близки и познати.

Почти хиляда са регистрираните във Фейсбук в приложението книги. Над 400 са във „веригите на живота“ с повече от двама души. Най-дългата верига включва шест човека. Имаме огромно количество коментари и стотици отговори, че след като са прочели книгата, жените са отишли на мамолог.

**- Колко жени са отишли наистина при лекар, за да се прегледат срещу рак на гърдата?**

- Не знаем точната им бройка, но тези, които са се отчели във Фейсбук страницата, че са се прегледали вследствие на прочитането на книгата, са повече от 315 жени досега.

**- На кого най-често се дава тази книга - на приятелки, на колежки, на съседката, на напълно непозната жена, на някой, който е загубил близък в битката с рака...?**

- Коментарите на много жени могат да бъдат прочетени в страницата на проекта. Повечето от тях, естествено, дават на роднини и приятели. Но един от коментарите ни направи изключително силно впечатление. 17-годишната ученичка Мария Пенчева е написала, че е прочела книгата само за 2 дни. После я прочели 4 нейни учителки, а още 2 са я поръчали от страницата. Мария не е в застрашената възраст, но това не пречи да се изгради култура на превенция - отношение към болестта, което в бъдеще може да спаси


живот - нейния, а и на нейни близки. Тя, през своя поглед, успява да накара тези, които са в рисковата възраст, да се замислят повече за здравето си. Тя ги е запалила да прочетат книгата, да се включат в кампанията.

**- Как можете да гледате на тази кампания?**

- Мъжете всъщност са фундаментът на тази кампания, което я прави още по-уникална. Кампанията беше измислена от мъж - Мартин Димитров, кривейтив директор

на Reforma, той успя да вдъхнови всички около себе си. Книгите бяха напечатани безвъзмездно от груз мъж, който също много допринесе за процеса - Манол Пейков от издателство „Жанет 45“ в Пловдив. И не на последно място, авторът Рей Клуун даде правата за тази кампания безвъзмездно и ни позволи да използваме книгата му за тази благородна цел.

**- С какво тази кампания промени екипа, който я организира?**

- Безкрайно сме благодарни на Жени Агърска и АПОЗ, защото без нейната енергия, знания за проблема и огромна организационна помощ нямаше да можем да осъществим кампанията. Мога да кажа със сигурност, че тази кампания беше експеримент за нас. Ние я измислихме и осъществихме със собствени сили, независимо от липсата на време, средства и възложител. Направихме я като съвместен проект на съмишленици, които вярват, че една добра идея може да бъде по-ефективна от стотици хиляди левове рекламни бюджети. Че идеите и гумите могат да лекуват и дори да спасяват животи. В днешно време вярата в това е много важна. Първо, защото трябва да си върнем увереността, че добрите идеи и добрата литература имат градивна сила в нашия живот. И второ - че ние можем сами да си помагаме, всяка малка общност, кръг от хора, когато са съмишленици, могат да променят света и нас самите към по-добро, и то трайно. 



*Зоологическата градина в Берлин, замислена като квази-публична компания, е забележителен проект с над 160-годишна история. Питомците ѝ стават любимци на милиони и я правят най-посещаваната в целия свят. Но не стихват скандалите и финансовите проблеми*

# Корпорация

ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

Да си бил в Берлин и да не посетиш зоологическата градина, е все едно да си в Рим и да не видиш папата. Със сигурност паркът е един от символите на германската столица и заслужено се нарежда на първо място сред парковете в света.

Зоологическата градина в Берлин отваря врати през далечната 1844 година. Считан за един от най-красивите и стари зоопаркове в Германия, мястото помещава повече от 1500 вида и е населено с над 19 000 животни. Така например, аквариумът и зоопаркът имат общо над 3 милиона гости всяка година, които правят Берлинската зоологическа градина най-посещаваната в света. Сред всички забележителности, най-голямата от тях със сигурност е храненето на животните - дейност, която се превърща в истинско шоу и запазна марка. Затова и за повече от 160 години Берлинската зоологическа градина е успяла да спечели имидж на любимо място за всяко семейство.

Историята на Берлинската зоологическа градина стартира по времето на крал Фридрих Вилхелм IV, който я издига като подарък за жителите на Берлин. Паркът е проектиран от Петър Лен, а идеята за него е плод на въображението на Александър фон Хумболт и родения в Германия африкански зоолог и изследовател Хайнрих Лихтенщайн.



Входът на зоологическата градина в Берлин





Пандата Бао Бао

# Зоопарк

На него се дължи и фактът, че животните могат да се наслаждат на естествено местообитание, в което единственият чужд елемент са оградите. След завършването на конструкцията кралят подарява забележителната си колекция от различни видове животни на зоологическата градина. Аквариумът пък е открит през 1913 година.

По време на Втората световна война площта е напълно разрушена и едва 91 от тогавашните 3715 животни оцеляват. До края на войната зоологическата градина остава една от последните области на германската съпротива срещу Червената армия. След пълното унищожаване на зоологическата градина тя и свързаният с нея аква-

риум са преустроени по най-съвременните принципи, в които клетките са рядкост. По-голямата част от животните броят свободно в естествените им местообитания.

Днес мястото си сътрудничи с много университети, изследователски институти и други зоологически градини по света. Освен това поддържа и насърчава европейските програми за развъждане, помага за опазване на няколко застрашени видове и участва в няколко програми за реинтродукция на вида. Всъщност зоологическата градина е замислена като квазипублична корпорация, която продава акции, за да събере пари от обществеността. Продажените ценни книжа досега са с уговорката, че ползата за акционерите е по-скоро културна, отколкото финансова, и че всеки акционер получава неограничен безплатен достъп за себе си и семейството си, но почти никаква надежда за финансова печалба.

През 2012 година зоологическата градина и аквариумът имат почти 3 милиона посетители. За публичния образ на мястото в световен мащаб допринасят и някои екзотични обитатели, които се превърнаха в истински символ на града, като полярната мечка Кнут и пандата Бао Бао.

През 2006 година светът полуля по бялото полярно мече Кнут, >





Полярното мече Кнут бе най-известният обитател и е донесъл стотици милиони приходи за зоопарка

което се роди в зоологическата градина на Берлин и се превърна в рекламно лице на множество продукти по света. Мечката, станала символ

на Берлин, прекара първите 44 дни от живота си в кувюз, на прага между живота и смъртта и отхвърлена от майка си. Кнут стана център на вниманието както за туристи, така и за медийните, увеличавайки главозамайващо приходите на зоопарка и привличайки милиони туристи от цял свят.

Бялото мече заживява при един от гледачите в зоопарка, който го храни с биберон и му пуска песните на Елвис Пресли. Преди да направи своя медийен дебют, Кнут позира пред обектива на прочутата фотографка Ани Лайбовиц в рамките на екологична кампания, а германската телевизия ARD засне документален филм за него. Кнут се превръща и в добра възможност за допълнителни приходи. Множество играчки, медийни промоции, DVD-та и книги - всичко това носи значително увеличение на печалбата до рекордните 6 млн. евро за 2007 година за зоологическата градина. Посещаемостта на зоопарка за същата година тък се увеличава с 30%, което прави 2007-ма най-печелившата година в 165-годишната история на тази институция. За ужас на цяла Германия обаче през март 2011 година четиригодишен Кнут мистериозно почина, след като падна в несвояст във водата. Според експерти полярните мечки живеят повече от

30 години, което породило множество спорове, обвинения и интерпретации относно смъртта му.

Полярната мечка генерира общо повече от 140 млн. евро в световен мащаб. Всичко, от книги до ароматизатори с образа на Кнут, бе продадено скорострелно. Марката „Кнут“ обаче все още е печеливша. Берлинската зоологическа градина притежава правата върху неговия образ, но е много селективна относно лицензирането му.

Полярната мечка дори се появи на корицата на списание Vanity Fair. Сагата с Кнут надхвърли всякакви граници след редица скандали относно правата на мечето дори и след смъртта му. Всъщност Кнут е нещо повече от златна мина. Съдебна битка се разигра между две зоологически градини. Ноймюнстерският зоопарк и до днес твърди, че му се полага част от милионите, генерирани от Кнут, защото бащата на полярната мечка, Ларс, живее там. Казусът се оказва по-сложен от човешки спор, като според зоологическата градина в Берлин, която не отрича корените на Кнут, произходът на мечето не дава право на Ноймюнстер за никакви постъпления вследствие на популярността на Кнут.

Кнут обаче успя да спечели сърцата на всички. Известността му надмина всякакви граници, след

като Маркус Рьобке, един от отгледалите го, заяви пред немското издание Bild, че мечето буквално е пристрастено към човешкото внимание. Според него Кнут толкова свикнал с известността, че плачел, когато нямало никои около него. Оттогава започват и усилията на зоологическата градина мечката да живее по-самостоятелно.

Славата около полярната мечка достигна и до фондовия пазар. В разгара на популярността на Кнут цената на акциите на зоологическата градина успя да достигне рекордните 4820 евро. За сравнение днес ценните книжа се търгуват за 3400 евро на Берлинската фондова борса. Медийният феномен Кнут се превърна и в икономически феномен. Днес марката „Кнут“ има 44 лиценза, а 29 фирми използват образа му, за да продават продукти като плюшени играчки, книги и дори бонбони.

Другата голяма атракция и символ на Берлинския зоологически парк, една от най-старите мъжки панди в света, почина през август 2012 година на възраст от 34 години. Бао Бао, гаден от Китай на Западна Германия през 1980 година, бе единствената панда в Берлин. Тя бе представена за първи път на хората през 1980 г. по време на посещението на Хуа Геофенг. Тогава животните са били две, но другият представител на двойката - Тиен Тиен, умира през 1984 година.

През 2011 година Берлинската зоологическа градина представи и севернокитайски леопард. Застрашеният вид се среща в северната част на азиатската гържава, като новородените са все по-малко.

Къщичката за птици тък е една от най-модерните на Стария континент и разполага с над 500 изключително редки видове. Съвсем близо до

зоологическата градина се намира уникалният аквариум, дом на множество риби, земноводни и влечуги.

Покрай екзотичните животни в градска атмосфера обаче не липсват и скандали. Най-големият от тях е свързан с обвинения, че ръководството на градината продава животни в кланици с цел печалба. Обвиненията са отправени от Клаудия Хемерлинг, политик от Зелената партия в Германия, подкрепена от няколко организации за правата на животните. Бернард Блазкивиц обаче категорично отрича подобни обвинения.

Смъртта на безспорната звезда Кнут и редицата скандали около дейността на зоологическата градина логично доведоха до сериозен спад на приходите и печалбата. След силна 2007 година паркът постига общ излишък в размер на 5 милиона евро, при приходи средно от 15 млн. евро за тригодишния период между 2008-2010 г. Негативната тенденция се запазва и през 2011-а, когато зоологическата градина отчита минимална печалба. За 2012 година обаче зоопаркът докладва нетна загуба от 150 000 евро, която бе компенсирана от неразпределена печалба в размер на 4,4 млн. евро.

Облаците над парка се сгъстиха и след като персоналът започна стачка за пръв път в историята си в края на май. Профсъюзът Verdi веднага поиска увеличение на заплатите с 6,7 на сто. В резултат на това наскоро ръководството на зоологическата градина и животинския парк съгласува увеличение на заплатите на повече от 400-те служители с 4,9% и еднократно изплащане на допълнителни 280 евро.

Разликата в приходите и разходите може да бъде компенсирана чрез повишение на цените на билетите. В момента достъпът до зоологическата градина и аквариума варира от 10 евро за деца до 15-годишна възраст и студенти до 20 евро за възрастни. Цените обаче могат да нараснат още през следващата година. Според доклад на ръководството увеличението е възможно след одобрение на Надзорния съвет. Предложението достигна и до управляващата коалиция, която се обяви против подобна мярка. Вместо това се чуват предложения за електронна билетна система, която позволява диференцирани цени според продължителността на посещението. **И**



Къщичката за птици разполага с над 500 вида



Животните са оставени в естествена среда и единствено оградите внасят разлика



Аквариумът



# Ваканция за тялото и духа с

*Програмите за отслабване на Апартохотел Лъки Банско гарантират 6% трайно намаляване на телесното тегло за първата седмица*

ЛъкиФит е най-посещаваната и известна програма за намаляване на телесното тегло, която се провежда вече пета година в петзвездния Апартохотел Лъки Банско.

Програмата ЛъкиФит е разработена на базата на ефективната комбинация „храна и фитнес“ от проф. Божидар Попов, ръководител на катедрата по хигиена, медицинска екология и хранене към катедрата

по Диететика на МУ, София.

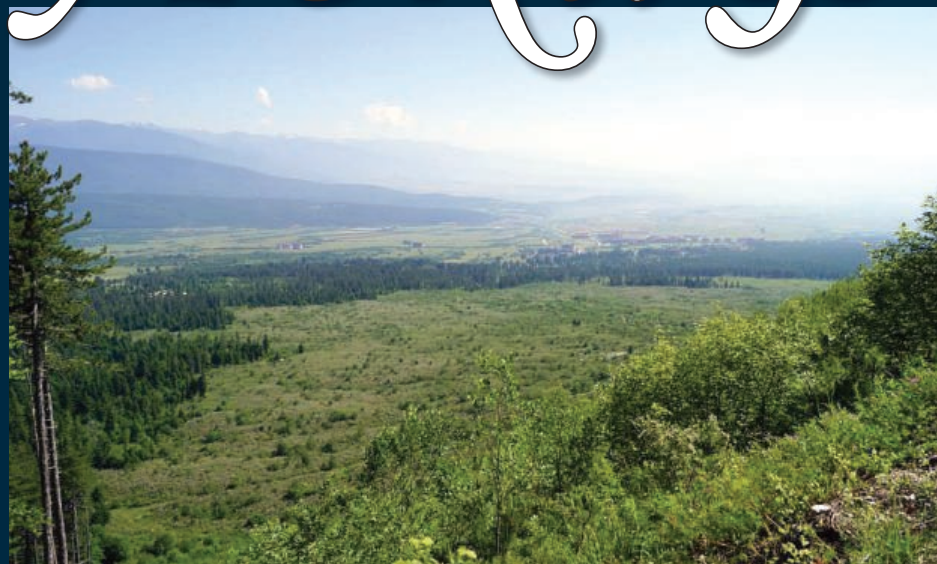
Тя е подходяща възможност за уединение за онези, които искат да променят режима си на хранене и начина си на живот. ЛъкиФит е програма за тези, които никога не са практикували физически дейности и не натоварва внезапно организма. Тя е програма за здравословно отслабване с дневен режим от 1200 калории, който изключва гладуването, но съчетава храната и движението. При спазване на пълния режим участниците в ЛъкиФит намаляват теглото си с 6% през първата седмица. Целта е постепенно, здравословно и трайно отслабване от 20% годишно. По този начин излишните килограми никога не се връщат обратно. Диетичните програми включват 4 хранения на ден, а участниците в тях не се оплакват от усещане за глад, докато изградят нови трайни навици за подходящия за тях начин на хранене. Програмите се провеждат под медицински контрол, а в края им всеки участник получава индивидуална програма за хранене.

Ваканцията с ЛъкиФит е концепция с четири програми, която трае 7 или 14 дни, а





# ЛъкиФит



онези, които искат да усетят атмосферата ѝ или са изключително ангажирани, могат да ползват уикенд-пакет с алтернативна минипрограма на ЛъкиФит.

При ЛъкиФит Стандарт, ЛъкиФит Плюс и ЛъкиФит Ултра акцентът е върху намаляването на телесното тегло и ексклузивната програма за отслабване. ЛъкиФит Антистрес е точното място за всички, които искат да заменят умственото напрежение с истинска почивка.

След 7-ия ден на участие в програмата цените на услугите са с 25% намаление, а

повторното записване е с 30% отстъпка.


Всички програми протичат в Апартохотел Лъки Банско, който предлага 5-звездно обслужване, обзавеждане и оборудване и максимален комфорт на своите гости - вътрешен и външен плувен басейн, хидроджет, ресторант с вкусна и разнообразна кухня, уютен лоби бар, детски клуб, интернет зала и безплатна високоскоростна интернет връзка в целия хотел, SPA център със закрит басейн и джакузи, сауна, парна баня, фитнес с TechnoGym оборудване.

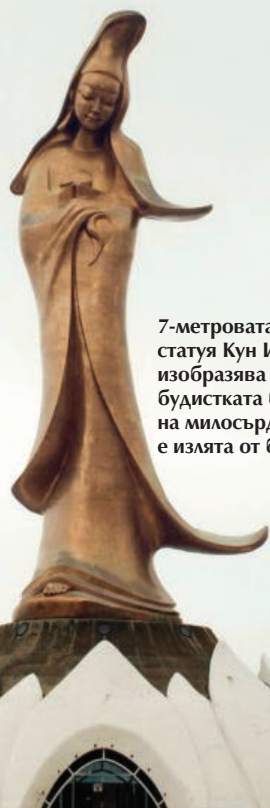
Самите програми включ-

ват специално приготвена храна за участниците, планински преходи, езда, водна гимнастика, каланетика, фитнес и многообразие от SPA програми и масажи, които подпомагат организма в борбата му с калориите и стреса. В програмата има много забавления - курсове по народни и класически танци, екскурзии до най-интересните забележителности в района (уникалната църква в с. Добърско, резерват „Танцуващите мечки“ в Бе-

лица, с. Лещен - с. Ковачевица, Рилския манастир, Мелник - Роженски манастир - Рупите), а за свободното време е приготвена колекция от нови филми.

Гостите на Апартохотел Лъки Банско - от най-малките до най-възрастните, също могат да се включат във всекидневните планински преходи, организирани от програмата ЛъкиФит, които са ненадоварващи, но изключително приятни и интересни за всички.

Програмата ЛъкиФит е различна от всички традиционни методи за отслабване и борба със стреса. 



7-метровата статуя Кун Иам изобразява будистката богиня на милосърдието и е излята от бронз



# Макао

## казина и контрасти



Казината в Макао никога не остават празни

*Някога тиха португалска колония, днес градът е известен като азиатската столица на хазарта и отбелязва петорно по-големи приходи от залози от Лас Вегас. Но гигантските казина и хотели далеч не са единствената причина да бъде посетен*

## БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

**38** милиарда долара – толкова са били приходите от хазарт в Макао през 2012 г. Броят на хората, които са го посетили, пък е над 28 млн. Предвижданията са, че през 2015 г. това число ще достигне 50 млн. Хазартният туризъм е най-големият източник на приходи в града и съставлява 50% от икономиката му. Макао, който се простира само на 30 кв. км площ и в който живеят по-малко от 600 хиляди души, е единственото място в Китай, където хазартът е законен. Посетителите са основно жители на страната и на Хонконг. Точно като него Макао е със статут на специален административен регион. Става част от Китай в края на 1999 г., след като в продължение на 5 века е португалска колония и търговско пристанище.

Макар хазартът в града да е разрешен от повече от 150 години, модерни казина и хотели започват да се строят там едва в началото на сегашното столетие. През 2001 г. лицензи за организиране на хазартни игри са издадени на двама от големите играчи в Лас Вегас – Шелдън Аделсън и Стив Уин, и така е сложено началото на трансформацията



Площадът „Сенадо“ е наследство от времената на португалско владичество



Сградата на казино Grand Lisboa е същинско чудо на модерната архитектура

на Макао в азиатска столица на залозите. В строежа на грандиозните курорти, комбиниращи в едно казина, хотели, места за забавления и търговски центрове, препълнени с дизайнерски стоки, са вложени милиарди долари. Днес тези своеобразни курорти са 35, като продължават да се строят нови – кой от кой по-импозантен и лъскав. В деня на откриването на първия – Sands, през 2004 г., през казиното му преминава

### 15-хилядна тълпа

По приходи от хазарт Макао надминава Лас Вегас през 2007 г., като през 2012 г. те са петорно по-големи от тези в американския град. ВИП клиентите, наричани още „китове”, пропияват милиони на игралните маси само за една вечер и дори без да трепне пепелта по пурите им.

Монополист в хазартната индустрия в града е компанията Sociedade de Jogos de Macau, собственост на Стенли Хо. Наричан Краля на хазарта, той е най-богатият човек в Макао и един от най-богатите в Азия. Около личността му има толкова митове и легенди, че е невъзможно да бъдат разграничени от истината. Най-популярната история за миналото на Хо гласи, че той е натрупал първите си милиони, прекарвайки незаконно стоки между Китай и Макао по време на Втората световна война. Твърди се дори, че веднъж корабът, с който плавал, бил нападат от пирати и той избегнал на косъм смъртта.



Руините на катедралата „Сейнт Пол“ са сред топатракциите в града

Каквато и да е истината, сигурно е, че днес с различните дейности на компанията на Хо – туризъм, хотелиерство, банкерство, търговия с недвижими имоти и др., е ангажирана една четвърт от работната ръка в Макао. Негово е и едно от най-популярните и интересни в архитектурно отношение казино там – Grand Lisboa. Златистата сграда, която се издига на 261 метра, е най-високата в Макао и напобява лотос върху гигантски стъклен купол. Ултрамодерното и луксозно казино е снабдено с

*800 игрални маси и  
1000 автомата*

и е на светлинни години от предшественика си със същото име, в който залозите се правят в тъмни и задимени стаички, а по



The Venetian (Венецианецът) е най-голямото казино не само в Макао, но и в света

коридорите се разхождат проститутки.

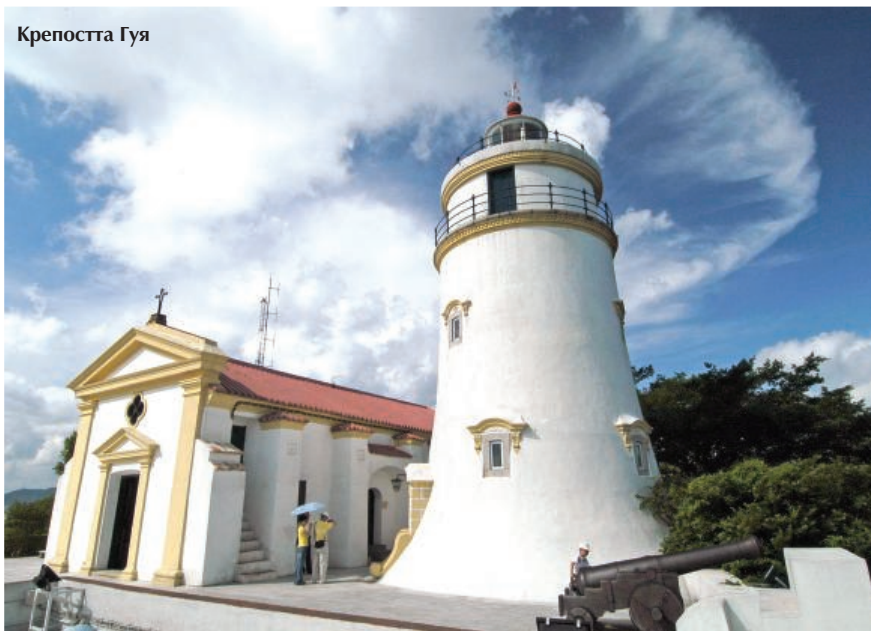
Лобито на новата сграда е декорирано с внушителен брой изключително ценни произведения на изкуството, като в купола се намира и ресторантът Robuchon au Dome, често определян като

най-добрия в цяла Азия.

Макао се гордее и с най-голямото казино в света – The Venetian (Венецианецът). То е собственост на компанията на американеца Шелдън Агелсън и е оборудвано с 800 игрални маси и 3400 автомата. Прилежащият хотел пък е на 40 етажа, по които са разпределени 3000 апартамента. Срег екстрите в курорта The Venetian са изкуствени канали за плаване с гондоли, огромен търговски център и концертна зала с 15 хиляди седящи места, в която са се изявявали най-големите звезди на съвременната музикална сцена като Лейди Гага, Риана и „Колдплей“.

Също както и във Вегас, собствениците на казина в Макао са изправени пред перманентното предизвикателство да задържат интереса и лоялността на посетителите, предлагайки им много повече от хазартни удобства. Районът „Котай“, в който има най-голяма концентрация на казино курорти, изобилства от атракции,

Крепостта Гуя



Топ

5  
АТРАКЦИИ

### Рибарският кей

Простиращ се върху площ от близо 112 хиляди кв. метра, той е първият и най-голям увеселителен парк в Макао. Намира се в централната част на града, на едно от вътрешните пристанища, и включва 6 увеселителни влакчета, над 150 магазина и ресторанта, галерии, кина, разнообразни атракции, хотел, казино и какво ли още не. Различните сгради са построени по подобие на забележителности в известни пристанищни градове – Амстердам, Кейптаун, Венеция и други.

### Кулата Макао

Височината ѝ е 338 метра, като на 230-ия са разположени ресторант, кинозалон, търговски център и специални платформи за любуване на прекрасната панорамна гледка към града. Посмелите посетители имат възможност да си направят разходка по външния ръб на кулата, обвързани, разбира се, с предпазни колани.

От 233 метра пък се правят скокове с бънджи – рекордна височина за целия свят. Като награда куражиите получават видеозапис на подвига си и членство в ексклузивния бънджи клуб в града.





Между залаганятия посетителите му могат да се повозят на гондола

бомбардиращи всички сетива на посетителя –

## главозамайващ денонощен карнавал

от светлини, музика, танцуващи дракони, живи тигри, грамадни панци и какво ли още не.

За момента отличието в категорията на екстравагантните забавления държи казино курортът City of Dreams (Град на мечтите). От близо 3 години там се изнася грандиозен акробатично-театрален спектакъл, наречен „Домът на танцуващата вода“. За подготовката на шоуто са похарчени рекордните 250 млн. долара, а басейнът, в който се представя, е един от най-големите в света – с капацитет от 14 хиляди кубични метра.

Но Макао галеч не е само средоточие на гигантски казина и още по-гигантски амбиции на местни и чужди хазартни магнати. Благодарение на стотиците години сливане на китайска и европейска култура градът е атрактивна

смесица между източно и западно, между старо и ново, между модерно и антично. Извън трескавата атмосфера на казината тихата португалска версия на Макао все още съществува около централния площад „Сенадо“ с неговата красива мозайка и заобикалящите

го старинни колониални сгради в пастелни цветове. Там човек може да се разхожда часове наред по тесните колоритни улички, по които кафенетата в европейски стил се редуват с ориенталски магазинчета, пълни с невероятно разнообразие от стоки – от домашно приготвени церове и мазила до сушена риба.

В Макао има музеи, изложбени зали и културни центрове, отдаващи почит на всичко западно и ориенталско – гейността на мандарините в Китайската империя, първия театър в европейски стил в страната, португалското вино, будизма, автомобилните състезания, дори католицизма. А докато в казината се търкалят зарове и се губят милиони, в красивите паркове и градини възрастните местни жители пият чай, играят шах и медитират.



Типична улица в жилищната част на остров Тайпа. В миналото там е имало рибарско селище

### Историческият център

Той присъства в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО и включва близо 30 исторически сгради от колониалната епоха - църкви, къщи и крепости. На особено голям туристически интерес се радват руините на катедралата „Сейнт Пол“, построена от йезуитите през 1622 г.

### Крепостта Гуя

Първоначалното ѝ предназначение е било да защитава Макао от морски атаки. Тъй като от нея се открива гледка към целия град обаче, тя е служела основно като пункт за наблюдение. Фарът е висок 91 метра, а светлината, излъчвана нощем от него, при ясно време се вижда от над 30 км навътре в морето. До 1976 г. крепостта е военна зона, забранена за цивилни, но след това е отворена за посещения.

### Статуята Кун Иам

Излята от бронз, тя е висока близо 7 метра и изобразява будистката богиня на милосърдието. Издига се на малко изкуствено островче, до което се стига по мост. Статуята е дело на португалската скулпторка Кристина Рока Леурия.

# Тъмната страна на града

Въпреки бързите темпове на модернизирание през последните години, Макао все още се бори с останките от проблемното си минало. Високата престъпност, която десетилетия наред върлува в региона, до голяма степен е овладяна след преминаването му в китайско владичество. Но макар сигурността на среднотатистическия гражданин да е в пъти по-голяма, отколкото преди години, за тази на честите посетители на казината важи точно обратното.

С разрастването на хазартната индустрия се развива и своеобразен подземен бизнес, известен като „bate-ficha” и управляван от местните триади. Най-общо казано той се изразява в следното – на залагащите се продават т. нар. мъртви чипове, които не могат да бъдат заменени директно за пари в брой в казината, а само посредством „промоутъри” срещу комисиона.

Тъй като отделните групи-

ровки непрекъснато воюват за територия в казината и на улицата, нерядко се стига до кървави конфликти. Нещо повече – въпросните престъпни организации са толкова могъщи, че в немалко случаи хората търсят помощ от тях, вместо от полицията. Един от най-ярките примери за това са хазартните дългове. Тъй като в Макао те не могат да се събират по законен път, собствениците и управителите на казина го правят по втория начин със съдействието на триадите. Отвлеченията и изнудванията на задължените в казината изобщо не са рядкост, а в някои случаи, за съжаление, се стига и до убийства.



## ФАКТИ

✓ Макао се намира в делтата на Перлената река, на около 60 км югоизточно от Хонконг. Разположен е върху едноименния полуостров и островите Тайпа и Колоане, които са свързани помежду си с изкуствена земна ивица.

✓ Градът се радва на почти пълна автономност във всички области с изключение на външната политика и отбраната.

✓ Макао е най-гъсто населеният регион в света - с 18 428 души на квадратен километър. 95 % от населението са китайци, 2 % - португалци, а останалите - от смесен произход.

✓ И китайският, и португалският са официални езици в Макао.

✓ Близко 15 % от работната ръка в града е ангажирана в ресторантите и хотелите, а над 10 % - в хазартната индустрия.

✓ Движението в Макао е ляво.

✓ Макар и не колкото хазартните игри в казината, на огромна популярност в Макао се радват конните състезания и тези с хрътки. Провеждат се на специално изградени за целта арени, които ежедневно привличат гигантски тълпи и отбелязват солидни приходи от залози. **И**



Шоуто „Домът на танцуващата вода“, което забавлява гостите на казино курорта City of Dreams, държи рекорда за най-скъп танцово-театрален спектакъл в света. За подготовката му са похарчени над 250 млн. долара

РЕСТОРАНТ  
ЕДНО ВРЕМЕ

ЕЗЕРОТО АРИАНА



ИМЕ РАБОТИМ САМО С  
НАТУРАЛНИ ПРОДУКТИ

За резервации и доставки по домовете:

0888 22 33 55