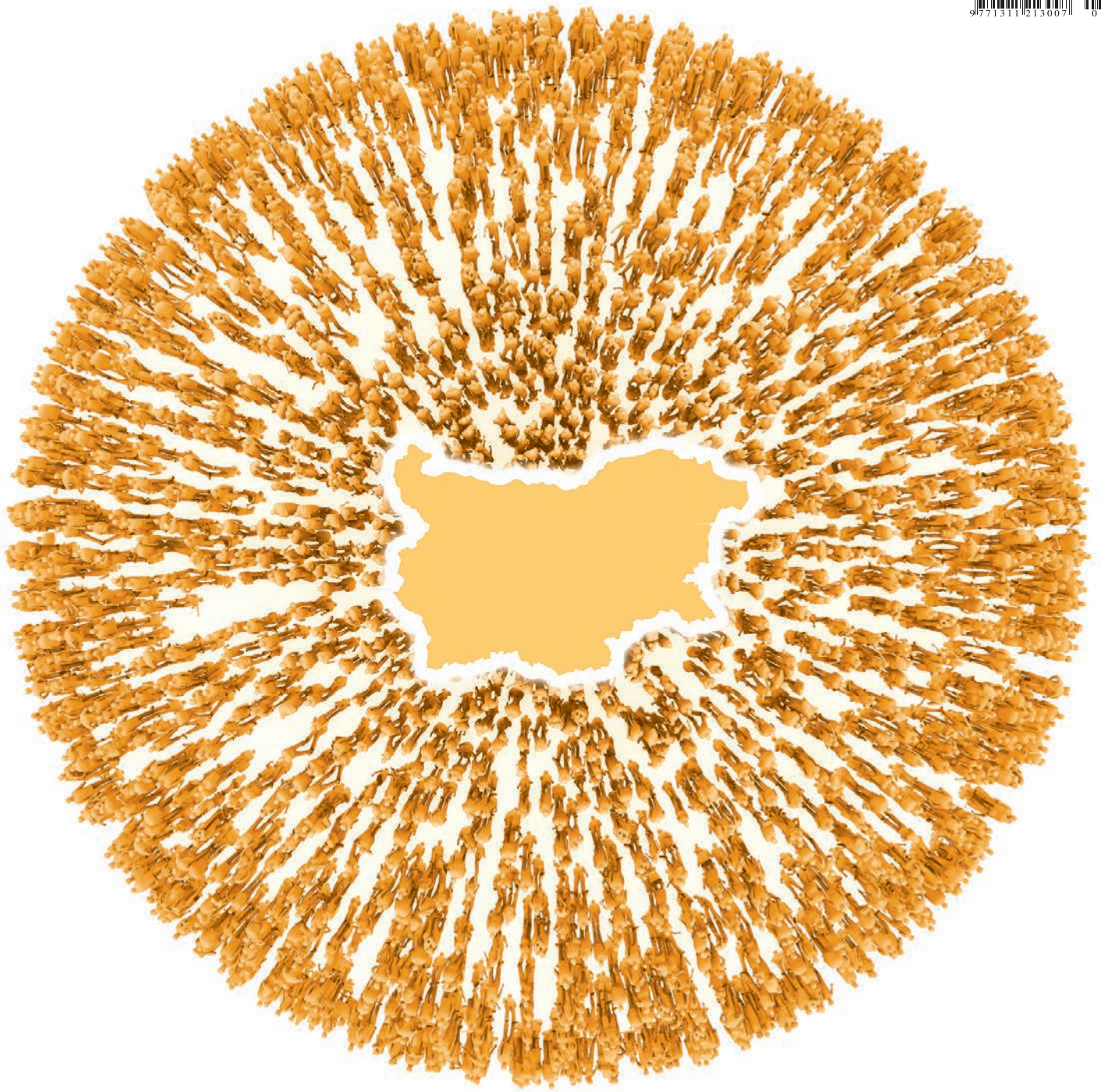


МЕНИДЖЪР

БРОЙ 1 (183), ЯНУАРИ 2014. ЦЕНА 5 ЛВ. WWW.MANAGER.BG



БЪЛГАРИЯ И СВЕТАТ В РАЗВИТИЕ

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

www.biblio.bg



БРОЙ 1



26 Отличниците управляват света



46 Четвърто ниво лидери



70 Челюсти

10 АСЦЕНТ

12 Моята мечта за България

16 Икономическият преход - история без край

20 Думите ни вдигат нагоре.
Думите ни свалят надолу

24 Следващият голям възход
ще е между 2023 и 2036 г.

26 Отличниците управляват света

30 ТЕМА България в развитие

40 MANAGEMENT

42 Кристилина Георгиева: Ако сме твърде
заети да се мразим, Все по-трудно
ще настигахме света

46 Четвърто ниво лидери

50 Всички обратно в офиса

52 Бизнес в 360 секунди

54 Менеджъри, Вашето име е Вашият бранд

56 Няма една Сорбона. Много са

58 Книги

60 Вкусният свят на шоколада, бисквитите
и кафето

62 MARKETING

64 Не правете реклама, правете мечти

68 Продажби лице в лице

70 Челюсти

74 Нямам гуми

76 Новата журналистика

80 Сериали: "Кула от карти"

84 Човекът, който научи Америка
да си мие зъбите

87 Черешката на кафето

БРОЙ 1



122 Купи народната любов



126 Човечеството няма ясен план за изследване на Космоса



136 Деница извън рамка

88 Маркетинг за всеки човек

90 Публики на публиките

92 Качествен английски = бизнес успех

93 **ECONOMY**

94 Поръчай сега

98 "Южен поток" - последен шанс за България да стане европейски енергиен център

100 Борсовият дебют на компанията

102 10 еднакви въпроса към чуждите мениджъри

106 Видеоигрите заминаха Холивуд

110 "Ритейл Парк Уест" ще бъде най-големият в Южна България

112 Купуваме коли като европейци - умно и прагматично

114 **SENSE**

115 Липсващите звуци

117 **GLOBUS**

118 Световното богатство се урвои от началото на века

120 Скрытите гиганти

122 **ALTER EGO** Купи народната любов

125 **SCI-TECH**

126 Човечеството няма ясен план за изследване на Космоса

130 Телефонът бил за короновани особи и политици

133 **MODERNITY**

136 Деница извън рамка

140 Следващите суперзвезди

143 Raffy - нещо много повече от слаголег

144 Софийски разкази

146 Комикс

accent manager

Увеличавам се разходите за **труп у нас през третото тримесечие на 2013 г. Това показват данните на Националната статистика. Общите разходи на работодателите за един отработен час нарастват с 2,8% спрямо юли-септември 2012 г. През Второто тримесечие увеличението беше с 3,4%, през първото - с 4,7%. Най-голямо е в образованието, в гържавното управление, в здравеопазването, в строителството, в енергетиката и в туризма. Намаление е регистрирано в културата, спорта и развлеченията.**

Пестим по 14 стотинки на всеки лев доход през последното тримесечие на 2013 г. Това са пресметнали експертите на Института за пазарна икономика и Поценска банка. В края на 2013 г. в домакинство влизали средно 2598,9 лв. Това е със 173,9 лв. повече в сравнение със същия период на 2012 г. и с 326,4 лв. спрямо 2011 г. Анализът на разходите сочи, че намалява делът на отделяните от домакинствата суми за храна и битови сметки. За сметка на това растат парите, похарчени за образование, свободно време и развлечения. Това според експертите показва подобряване в стандарта на живот.



Михаил Ходорковски и певиците от "Пуси Райът" бяха пуснати на свобода преди олимпиадата в Сочи. Президентът Владимир Путин помилва бившия шеф на петролната компания ЮКОС и Надежда Толоконникова и Мария Альохина. Ходорковски, който бе по затвори и колонии повече от 10 години, веднага излетя за Германия, а певиците останаха в страната. И тримата обявиха, че ще се борят за защита правата на политическите затворници в Русия.



Марк Зукърбърг продава акции на "Фейсбук" за 2,3 млрд. долара. Става дума за 41,4 млн. акции. С продажбата делът на Марк Зукърбърг, съосновател на компанията и главен изпълнителен директор, ще намалее от 58,8% на 56,1%. Освен Зукърбърг част от дела си пог формата на 1,65 млн. акции ще продаде и членът на борда на директорите Марк Андресен.

Присадиха изкуствено сърце във Франция, произведено от компания "Карма". Операцията е първа в света и беше извършена от екип на болницата "Жорж Помпиду" в Париж. Пациентът се чувства добре. "Карма" е създадена от хирурга Ален Карпентие, известен в цял свят с изобретяването на сърдечните клапи "Карпентие-Едуардс". Фирмата уверява, че изкуственото сърце ще може да спасява всяка година живота на десетки хиляди хора, без риск да бъде отхвърлено и осигурявайки им безпрецедентно качество на живот.



И Русия въвежда ограничения за имигранти - задължителен изпит по езика, историята и законите на страната ще гържат всички чужденци, които кандидатстват за временно пребиваване, жителство или работа. Новите изисквания ще влязат в сила от 1 януари 2015 г. Имигрантите ще може да представят документ за успешно положен изпит или за получено в страната образование. От задължителния изпит се освобождават висококвалифицираните специалисти.



Лего автомобил в реални размери може да се види по улиците на Мелбърн. Побира двама пътници, загвижва се само с въздух и достига около 20 км в час. Създаден е от австралийски предприемач и румънски технолог, които използвали повече от 500 хил. блокчета "Лего". Четири захранвани с въздух двигателя и 256 бутала, построени изцяло от тухлички, загвижват колата. Всичко освен колелата е направено от "Лего".



ЕС призна турската баклава, това е първият продукт на съседите с лейбъл за качество. Става дума за баклавата с фъстъци от югоизточната част на страната. Включването ѝ в списъка на Еврокомисията със защитените продукти съвпадна с признаването и на гребен гръцки дотам, растящ на туристическия остров Санторини. Това равновесие между двата традиционни съперника от Югоизточното Средиземноморие "е резултат от чиста случайност", подчерта Еврокомисията.

Тръгна строителството на завода за боклук в София, кметът Йорганка Фангъкова подписа договор с обединение "Актор - Хелектор" за проектиране и изграждане. Това стана след официално писмо за съгласие на Европейската комисия и положително становище от Министерството на околната среда и водите. Срокът за изграждане на завода е 19 месеца.



Брус Уилис става баща за пети път, 58-годишният актьор и 35-годишната му съпруга, супермоделът Ема Хеминг, очакват своето второ дете. Брус Уилис има три дъщери от бившата си съпруга Демис Мур. "Никога не съм бил толкова щастлив, колкото съм сега", каза развълнуван актьорът.

Следете новините на www.manager.bg

Думите ни вдигат нагоре. Думите ни свалят надолу

Ако искаме да променим действителността, в която живеем, трябва да променим начина, по който говорим за нея - у дома, на улицата, сред колегите!

В Библията четем, че "в началото бе Словото". Наистина ли езикът е толкова основополагащ за нашето битие? Използваме езика, за да общуваме, затова оставаме с впечатлението, че гумите са вторични спрямо случващото се в света, т.е. че езикът описва реалността, но не ѝ влияе. Все повече изследвания в психологията, мениджмънта и икономиката обаче доказват, че езикът играе активна роля в живота на хората, организациите и обществата.

Начинът, по който говорим, определя нашите възприятия за света, за другите хора и за самите нас; нашите представи за това кое е възможно, подходящо и правилно. Тези представи впоследствие определят нашето поведение. В този смисъл гумите са в основата на всичко, което се случва на хората, организациите и дори на цивилиациите.

Помислете си за хората, които познавате - вашето семейство, фирма и приятели; техните семейства, фирми и приятели. Всички тези социални групи говорят по различен начин. Някои от тях са шумни, други говорят по-тихо. Едни се изслушват внимателно, докато други

постоянно се прекъсват. Езикът, който те използват, е също различен - едни говорят езика на самосъжалението, други - езика на съпричастността. Ако се замислите малко повече за същите тези хора и организации, ще си дадете сметка, че и техните постижения са също различни - някои са по-успешни от други. Може ли различията в езика да обяснят различията в успеваемостта? Изненадващият отговор е: Да!

Ако гумите имат значение, естествено възникват следните въпроси: Кое определя езика? Какви са връзките между езика и поведението? И най-важното - може ли хората и бизнесът да подобрят своите резултати, ако променят начина, по който говорят? Аз вярвам, че могат. Но за да го направят, хората, организациите и обществата трябва да си дадат сметка за езика, който говорят, и неговите последствия. А това не е лесно. Повечето време ние сме дълбоко потопени в съществуващите навици и норми на поведение и е изключително трудно да погледнем заобикалящата ни действителност с различен поглед. Както се казва, "виждаме гърбевата, но не и гората".

И все пак как говорим ние?



Може ли различията в езика да обяснят различията в успеваемостта? Изненадващият отговор е: Да!

Живея извън България от почти 18 години. Общува с хора от много различни култури. Наблюдавал съм внимателно как българите говорят в различна обстановка, а и също така как хората от други нации говорят и как ни приемат. Ако трябва да дам една определяща характеристика на езика, който говорим, това е "пасивно оплакване".

Обърнете внимание на хората около себе си - вашето семейство и приятели, в малките селца и в големите градове, в офиса и в ресторанта. Всички се оплакват навсякъде и от всичко. Служителите се оплакват от мениджърите, мениджърите - от своите подчинени; клиентите - от обслужването, персоналът - от клиентите. Всички се оплакват от политиките, а те - от системата. Оплакването е навсякъде; то е изписано по лицата на хората около нас дори и когато те не говорят.

Българите се оплакват у дома, оплакват се и в чужбина. Моя приятелка от една южноевропейска страна ми сподели, че е имала добра приятелка от Бъл-

гария в края на 90-те години. Описа ми я като "много приятен човек, който непрекъснато се оплакваше". Този аспект на нейния характер тя наистина не одобряваше.

Начинът, по който говорим, езикът, който използваме, е въпрос на навик. Навик, който възприемаме от хората около нас. Ако те се оплакват, и ние започваме да се оплакваме. А езикът е заразителен - предава се от човек на човек, превърля се от ситуация на ситуация. И оплакването се превръща в отношение, което влияе отрицателно върху всеки аспект на живота ни.

Защо оплакването е толкова разрушително за развитието както на индивида, така и на организацията? Речникът "Мериам-Уебстър" дефинира "циник" като "човек, който има негативно мнение за другите хора и за нещата, които другите хора правят". Тъй като циниците вярват, че средата, в която живеят, е лоша, това създава илюзията, че те самите са по-добри от хората около себе си или от организацията, в която членуват. Тази илюзия за морал-

**“ Обърнете
Внимание на
хората около себе
си - семейството
и приятелите си,
в малките селца
и в големите
градове, в офиса
и в ресторанта.
Всички се
оплакват
навсякъде
и от всичко. ”**

БЪЛГАРИЯ

В Икономиката, бизнесът, пазарите,
парите, обществото през 2014 г.

РАЗВИТИЕ

Малките положителни сигнали за възстановяване

Икономиката ни е в добра ситуация с потенциал за растеж, който трябва да бъде уловен

Али поради това, че сме родени тук и сега, или просто защото сме на Балканите, живеем с усета за обреченост, за безвъзвратно негативно развитие на страната ни и на повечето от делата ни. По-голямата част от хората около мен са системно песимистични. Стигам готам, че прехвърлят това очакване и за 2014 година.

Обичайните заглавия и новини от миналата година носеха естественото натрупване на негативни очаквания и страхове. По-често можеше да срещнеш новини като: "Брюксел понижи прогнозата си за растежа на България", "МВФ понижи прогнозата си за икономическия растеж на България", "ЕБВР установи слаби признаци на устойчиво възстановяване в икономиката на България", "Не очаквайте нищо добро през 2014 г., алармират икономисти", отколкото да намериш зародиша на положителната новина и индикатор за промяна.

В тези отминали новини има неувереност в състоянието ни, примесена с висока степен на дисконтиране на резултатите от отминалите години. Точно така, дисконтиране на миналото, защото повечето от нас не улавят или не чуват реалните новини от днес. Голяма част от анализаторите и икономистите ни не виждат и не желаят да погледнат напред, като разчетат малките положителни сигнали на възстановяване на световната икономика, чието отражение се долавя и у нас. Ключови икономически показатели, като ръст на БВП, динамика и структура на безработицата у нас, усвоени средства по европрограмите, са заключени в територията на мъртвата точка на движение на огледалото ни за обратно виждане в момента, в който пренесаме напред. Без поглед, насочен напред за разчитане на знаците по пътя (разбирай позитивни сигнали), ще останем затрупани от систематичните проблеми на миналото ни. Затова погледът ни, вторачен назад и дисконтиращ минали събития, не може да отрази малките знаци по пътя напред.

Ето защо този тип прогнози не разчитат бъдещето.

Какво да очакваме?

Икономиката ни е в добра ситуация с потенциал за растеж, който трябва да бъде уловен от обществото ни и от всеки от нас. Ще се придвижим нагоре по стълбицата на благоденствието, ако се справим с песимизма си и намерим по-устойчив обществен баланс. Ако правилно разчитаме икономическите индикатори у нас, ще намерим потвърждение за движение напред:

- През 2013 г. икономиката ни показва сигнали на повишена конкурентоспособност през увеличаващ се износ към ключови търговски партньори. Този индикатор, подкрепен от систематично намаляване на задълженията на предприятията към банковия сектор - резултат от изтръпяването от кредитния бум след финансовата криза от 2008 г., сочи една ярка посока на развитие. В голяма степен тази тенденция ще доведе до увеличаване на производствени капацитети по разни индустрии през 2014 г. Нещо повече, в някои сектори (например производство на инвестиционни стоки) може да се достигне до оптимални производствени капацитети. Там ще се породи необходимост от нови капиталови инвестиции.

- Има повишаване на трансферите от европейски фондове. Това обстоятелство в комбинация с увеличаване на износ са довели до качествен излишък по капиталовата сметка за деветте месеца на 2013 г. (3,4% от БВП).

- Появиха се сигнали за овладяване на дефлационната спирала, която бе подхранена от значително забавяне на икономиката и потреблението (вътрешно и инвестиционно) от 2008 г. до сега. Нежеланието за предприемане на риск и инвестиране доведе до прегизвестен обрат в икономическия цикъл.

- Вероятно безработицата достигна през 2013 г. своето плато, но на цената на ужасяващо високата младежка безработица - 28,5% към октомври 2013. Експортно ориентираните и реструктуриращите се сектори ще имат облекчаващ ефект върху зае-

“ Ще се придвижим нагоре по стълбицата на благоденствието, ако се справим с песимизма си и намерим по-устойчив обществен баланс. ”



КРИСТАЛИНА ГЕОРГИЕВА:

Ако сме твърде заети да се мразим, все по-трудно ще настигаме света

Залагам на човечността,
казва българският еврокомисар
в интервю за "Мениджър"

Госпожо Георгиева, тръгнаха ли България и Европа по пътя на растежа? Може ли да говорим за рецесията в минало време?

- Възстановяването от кризата в Европа най-сетне започна. Извън опасност е съществуването и стабилността на европейския валутен съюз, който премина през тежки изпитания. Финансовите пазари са по-благосклонни към Европа и апетитът за инвестиции в европейски активи расте.

Дори гържавите, които изпитваха най-големи трудности и на които им се наложи да въведат тежки програми за реформа, вече се стабилизират. На 13 декември Ирландия стана първата гържава, приключила ангажиментите си по спасителния план, който прилагаше в сътрудничество с ЕС и Международния валутен фонд (МВФ). Испания излиза от рецесията и дори обяви, че очаква да реализира бюджетен излишък през 2014 г. Гърция и Португалия също очакват малък растеж през следващите 12 месеца. Балтийските страни, които предприеха най-сериозни реформи по време на кризата, ще имат и най-висок растеж от 3-4% през настъпващата година.

Оптимизъмът, че кризата е към своя край, е осезаем, но пътят на възстановяването ще е дълъг и предстоят още трудности. Безработицата в Европа е 12%, в някои гържави всеки втори млад човек е без работа. Освен това търсенето в Европа остава вяло и по-голямата част от европейските стоки и услуги се търкуват извън континента. Това ни прави уязвими от сътресенията в глобалната търговия и изисква целенасочени мерки за укрепване на перспективите за растеж.

Като малка икономика, интегрирана в европейската, България се влияе от тези тенденции. Когато новините са сравнително по-добри за Европа, те са такива и за нас. Европейската комисия прогнозира, че през 2014 г. растежът в България ще е 1,5%. Ако възстановява-



LEAN IN

WOMEN, WORK, AND
THE WILL TO LEAD

Книгата на Шерил Санбърг
може да промени живота
на жените, които правят
кариера и искат да успеят

● 5:30 P.M.

Кажи го силно

Шерил Санбърг, заместничката на Марк Зукърбърг във Facebook, за успешното поведение в офиса

Може ли една жена да е на върха на световна компания и всеки ден да си тръгва от офиса точно в 17:30, за да бъде с децата си? Може и точно това прави всеки ден Шерил Санбърг, дясната ръка на Марк Зукърбърг във Facebook. Този факт неслучайно стана широко известен - в него има ясно послание към дамите в световния бизнес: след като аз го правя, значи и вие можете. Въпрос на организация и приоритети. Съвсем логично книгата ѝ "Lean In*: Жените, работата и волята да бъдем лидери" се посреща с голям интерес. Тя може да промени живота ако не на половината човечество, то на онази част от него, която иска да направи кариера и да успее в личен план. Вслушайте се в това, което казва заместничката на Марк Зукърбърг: "Много жени тихо и незабелязано изоставят кариерата си години преди тя да е започнала. Правят компромиси със себе си, имайки едно наум: че един ден ще бъдат майки. Така намаляват темпото в началото, вместо да натиснат газта до гупка и да спрат рязко, когато наистина гоуде моментът за децата". И още един цитат, който е важен за поведението в компанията: "Грешка е, ако не говорим открито, агресивно, по-силно от мъжете. Така сами намаляваме очакванията за това, което можем да постигнем". Може би не всички в офиса ще са доволни от шумното поведение. Но нали знаем, че всички гласове (особено умните) са изключително ценни за бизнеса.

* В свободен превод - "Устреми се напред".

● В ЧАС

Телефонът, моят приятел

Четири популярни приложения, използвани от световните мениджъри, селектирани от Кевин Смит. Той е наблюдател на пазара с мобилни приложения, компютърен софтуер и смартфони в Business Insider

1. Checkmark. Едно приложение, което ще ви напомня за различни важни задачи от вашето ежедневие. Работи с помощта на глобалната система за позициониране (GPS) на вашия iPhone, iPod touch или iPad. По този начин веднъж щом доближите офиса например, Checkmark ще ви обърне внимание, че трябва да свършите едн-каква си задача.

2. Catch. Хрумва ви важна идея - запишете я с гласова бележка! Виждате нещо интересно - заснемете го! С Catch нищо няма да ви се изплъзне. Работи и без постоянна интернет връзка. Налично за iOS и Android.

3. SkyDrive. Една алтернатива на Dropbox и Google Drive, разработена от Microsoft. Позволява ви да съхранявате до 7 гигабайта данни в "облака". Безплатно. По този начин ще имате достъп до тях навсякъде - от Вкъщи, в офиса, на компютъра на ваш колега, на смартфона или таблета. Може да го откриете както за iOS и Android, така и за Windows Phone.

4. SwiftKey. Заменя стандартната клавиатура на телефона с такава, която "разбира" как гумите се съотнасят една с друга. По този начин предлага прецизен коректор на правописа и предсказва всяка следваща дума още преди да сте натиснали и първата буква. Приложението се обучава, докато ви

слеги как пишете в Gmail, Facebook, Twitter и т.н., и става все по-прецизно с течение на времето. Поддържа български. Само за Android.



Маркетинг за всеки човек

В този все по-свързан свят потребителите търсят компании, които могат да ги ангажират в диалог, а не просто да им говорят едностранно, казва Скот Нюман, директор маркетинг и комуникации на IBM за Централна и Източна Европа

Господин Нюман, по време на конференцията на IPRA в София вие говорихте за това как "социалният бизнес" може да подобри не само комуникациите, но и печалбите на компанията. Каква е реалната връзка между социалните мрежи, маркетинговите стратегии и високите продажби?

- През последните няколко години наблюдаваме значителна промяна на пазара. Потребителите има все по-голяма власт в отношенията си с компанията, които предлагат продукти и услуги. Чрез социалните медии мнението на потребителите се превръща в доминиращ фактор на пазара. Безпрепятственият достъп до хора и информация позволява на целия пазар да се свързва и да си сътрудничи по свой собствен начин. Намалява и нуждата от маркетинг специалистите да предоставят информацията, която потребителите търсят.

В тази нова ера на big data, облачни, социални и мобилни технологии можем да слушаме и разберем по-добре това, което всеки клиент, партньор и служител ни казва. Потребителите вече очакват от нас да ги ангажираме не като обща демографска група - жени на възраст 18-24 години, а като отделни личности. Ето за-

що това трябва да залегне в основата на всяка маркетингова стратегия, целяща да повиши продажбите.

- Как компанията продължава да се променя в дигиталната ера?

- 70% от служителите на ръководни постове признават, че за да се достигне до нови потребители и пазари, трябва да се възприеме нов модел на социално и дигитално взаимодействие - показва скорошно проучване на IBM. Най-добри резултати постигат бизнесите, които са осъзнали, че дигиталните и социалните технологии пораждават нов вид потребителско поведение и нов начин на работа, които са силно взаимосвързани. Компанията, които избират да игнорират това, изостават.

Днес предприятия от всякакъв тип се отварят към влиянието на потребителското поведение. Те правят първите крачки в прилагането на социалните и дигиталните иновации и изграждат ангажиращо изживяване за потребителите. В бъдеще ще виждаме все повече работни места и пазари да се сливат както никога досега. Предприятията ще мислят и ще действат различно в контекста на социалните мрежи.

Организациите, които са заин-

тересовани да създават иновации, трябва да се стремят да изградят политики, платформи и работни места, които стимулират взаимодействието на служителите чрез вътрешни и външни мрежи. За IBM например това означава не само широко разгръщане на социалната бизнес платформа, но и разработване на инструменти за уеб услуги, които ще позволят лесно да се изнесе опитът на всички служители извън организацията. Увеличаваме способността си да отговаряме на запитвания от клиенти чрез хора, които ще дадат най-адекватен отговор, независимо къде се намират в света.

- Какви са иновативните технологии, чрез които се извършва успешен социален бизнес?

- Социалните мрежи вече не служат само за сътрудничество или като допълнителен инструмент, който въвежда във вашата маркетингова стратегия. Бизнесите по целия свят премахват организационни и йерархични бариери, за да дадат възможност на своите служители по-ефективно и бързо да решават казуси с потребителите. Така служителите имат възможност да споделят своите знания и да намерят необходимата експертиза.

Все повече социални инстру-

“ Потребителите вече очакват от нас да ги ангажираме не като обща демографска група - жени на възраст 18-24 г., а като отделни личности. Ето защо това трябва да залегне в основата на всяка маркетингова стратегия, целяща да повиши продажбите. ”

менти се превръщат в платформа за обучение и придобиване на умения в организациите - social learning. Новите възможности променят фокуса от това на какво ниво си в йерархията към това какви знания имаеш. Служителите на знанието (knowledge worker) ще бъдат ценени.

Като пример може да посочим един от най-бързо развиващите се университети в Русия - Далекото-източния федерален университет. Това лято той стартира интерактивен център, изграден върху платформата IBM Connections. Повече от 50 хил. студенти и служители на университета получават достъп до различни електронни услуги, които им позволяват да търсят информация, да управляват подсистеми от ганни и да се радват на предимствата на интегрирана социална мрежа, която включва общности, форуми, задачи, уикита и др. В допълнение те могат да използват всички тези услуги и от своите мобилни устройства.

- Как социалната комуникация ще се отрази на другите канали за маркетинг - печат, телевизия, аутдор?

- Всеки комуникационен канал носи своята собствена стойност за маркетинг микса. Но в този все по-свързан свят потребителите търсят компании, които могат да ги ангажират в диалог, а не просто да им говорят едностранно. Тоест в зависимост от продукта или услугата и търсения потребител целта е да се използва правилният микс от комуникационни канали не просто за да достигнем потребителя, а да се свържем с него на лично ниво съобразно неговите предпочитания.

За повечето организации социалните мрежи са служили като машини, предоставящи им възможност да изградят групи от поддръжници на тяхната марка. Но с навлизането в новата фаза на социалните мрежи ще намалее интересът към броя харесвания и фокусът ще се измести по-скоро към това колко ефективно е взаимодействието с тези потребители, така че да се превърнат техните контакти в бъдещи клиенти.

Социалните мрежи, основаващи се на ганни за поведението на



СКОТ НЮМАН е директор маркетинг и комуникации на IBM за Централна и Източна Европа. Той бе сред говорителите на регионалната конференция на IPRA (Международната асоциация за връзки с обществеността), която се проведе неотдавна в София.

потребителите, също ще спомогнат да се извлече полза от тази тенденция. Като възприемат потребителите като отделни личности вместо като сегменти, маркетинг специалистите ще могат да им предоставят персонализирани услуги. Социалният бизнес променя маркетинга от корпоративна функция в услуга, а ползите за потребителите се увеличават.

- Какви са предизвикателствата пред маркетинг специалистите през 2014 г.?

- Маркетинг директорите са заети с трансформиране на компаниите и със създаване на измерими резултати. Те често променят бизнес модели и стратегии за навлизане на пазари, заедно с това се стремят да създават стойност за бизнеса и акционерите.

За да постигнат тези цели, ще трябва да вземат максимум от своите екипи. Неефективността убива иновациите. През 2014 г. со-

циалните технологии, използването на big data чрез облачния компютинг ще се превърнат в необходими бизнес дейности. Именно затова маркетинг мениджърите ще трябва да комуникират повече отвсякога със своите колеги от "Човешки ресурси" и ИТ. Изграждането на платформа за социален бизнес, която ще е основа за взаимодействие с хората от пазара, ще бъде първата важна стъпка.

За да успеят в дигиталната ера, компаниите трябва да създадат нови начини за обмен на стойностна информация между служители и фирми. В тази ера фокусът няма да е просто върху съревнованието между гбве социални мрежи, а върху способността им за взаимосвързаност като население, общество, въобще като цяло. Първите компании, които успеят да се възползват от информацията, генерирана от тези непрестанни взаимодействия, ще започнат да се отличават от конкуренцията. ■

"Южен поток" - последен шанс за България да стане европейски енергиен център

Какво пречи на страната ни да участва в стратегически трансгранични проекти, дискутираха експерти на форум, организиран от сп. "Мениджър"

Проектът "Южен поток" е последната възможност на България да се превърне в стратегически европейски енергиен център и страната ни не бива да пропуска този шанс. Около това мнение се обединиха водещи специалисти от енергетиката, икономиката и индустрията. Те взеха участие в експертна дискусия "Проектът "Южен поток": Нова инфраструктура в енергийния сектор на Европа и интересът на България". Тя бе организирана от сп. "Мениджър" и се проведе в столичния хотел "Рагисън Блу Гранд".

В съвременния свят потребността от енергийни ресурси непрекъснато нараства и все по-значима става ролята не само на сържавите, които притежават находища и ги разработват, но и на тези, през които се извършва транспортирането им. Значението на България в този аспект от

години е подценявано - гонякът заради национален нихилизъм, гонякът заради различията в политическите нагласи, посочи един от основните участници в дискусията Пламен Русев, управител на консултантска фирма "Енерджи тех консулт" и бивш директор на "Бургас - Александруполис БГ". "Южен поток" е последният влак и ако го изтървем, губим възможността да станем стратегически енергиен център, предупреди той.

Реализирането на международен магистрален тръбопровод ще преобърне нагласите на международната общност за страната ни, ще ни създаде позитивен имидж на сържава, която може да се справя успешно с мащабни инфраструктурни проекти, отбеляза и Владимир Каролев, икономист и управляващ партньор на "Балканска консултантска компания". Това ще повиши в значи-

телна степен доверието на чуждестранните инвеститори и ще ни отвори вратите за участие в групи трансгранични инфраструктурни коридори, добави той. Каролев обърна внимание и върху един от най-големите митовете, налагани до момента в обществено-политическия дебат по темата и водещ до негативно отношение към изграждането на трасето - че това е българо-руски проект.

"Южен поток" е замислен и заченат като голям международен проект, първоначално между руския "Газпром" и италианската компания Eni, към които впоследствие се включват още 7 сържави и България е само една от тях.

Най-важното предимство на бъдещия газопровод през наша територия е, че ще доведе до намаляване на т.нар. транзитен риск, защото тръбата ще минава изцяло през наша територия и

ПРОЕКТЪТ В ЦИФРИ И ФАКТИ

"Южен поток" е проект на международния консорциум South Stream Transport B.V, създаден за планиране, построяване и последващо експлоатиране на офшорния газопровод през Черно море. Консорциумът се състои от четири енергийни компании - ОАО Gazprom с 50% участие, Eni S.p.A. с 20% участие, EDF (Франция) и Wintershall Holding GmbH (BASF Group, Германия) с по 15% участие.

Трасето, което ще минава през Черно море, ще има дължина 931 километра и ще свързва най-големите световни запаси на газ в Ру-

сия с потребителите в Европейския съюз.

Участъкът през цялата територия на България е над 540 км. Тръбопроводът има капацитет да гарантира за над 40 години стабилност на доставките на руски газ за Европа. Според последни изчисления на Международната енергийна агенция търсенето на газ в ЕС ще се повиши от 536 млрд. куб.м (2010) на 618 млрд. куб.м през 2035 г., което е увеличение от близо 15%. До 2035 г. местният добив на газ ще е спаднал с около 53%.

"Южен поток" е замислен и заченат като голям международен проект



През 50-годишния планов период за експлоатация "Южен поток" ще доставя до 63 млрд. куб. метра газ годишно. Това е приблизително 12% от потреблението на ЕС за 2020 г.

(Източник: International Energy Agency, World Energy Outlook 2012.)

"Ритейл Парк Уест" ще бъде най-големият в Южна България

Избрахме Пловдив и заради големия потенциал за развитие на нови търговски формати, казва Константин Бояджиев, директор бизнес развитие на "Галакси Пропърти Груп"

Господин Бояджиев, с какви удобства и конкурентни предимства ще се отличава Retail Park West от останалите търговски комплекси?

- Локацията е силно атрактивна. Характерно за модерните търговски формати е, че са позиционирани в покрайнините на големите градове. "Ритейл Парк Уест" има изключителното предимство да е разположен на 3 км от центъра на Пловдив, между три ключови за града булеварда - "Пещерско шосе", "Свобода" и "Копривица", и в центъра на три гъсто населени квартала.

- Как избрахте Пловдив за реализация на проекта?

- Избрахме Пловдив заради големия потенциал за развитие на нови търговски формати. Проучванията ни показаха, че местните жи-

тели търсят удобно пазаруване, искат да имат повече разнообразие от стоки и услуги, които се предлагат на едно място, да паркират удобно и да пестят време. Важни за пловдивчани са удобствата и лесната достъпност. "Ритейл Парк Уест" е обобщение на всички тези изисквания.

- За успеха на един търговски обект каква трябва да бъде посещаемостта? В тази връзка какъв човекопоток очаквате при отварянето на парка и в дългосрочен план?

- Само на 10 минути път от търговския парк живеят 250 хил. души, а на 20 минути шофиране те вече са 350 хиляди. Това са показателни, с които много малко търговски формати могат да се похвалят. Предвид планирането на зоните в комплекса и това, че "Ритейл

Парк Уест" ще бъде най-големият в Южна България с обща площ на терена 85 хил. кв.м и търговска площ 43 хил. кв.м, той ще бъде и най-разнообразен като предлагане на стоки и услуги. Това ще генерира допълнителен човекопоток. Очакваме паркът да обслужва и населените места в непосредствена близост до Пловдив.

- Към кои търговски вериги насочвате усилия за привличане в парка? Имате ли вече потвърдили партньори?

- Една от най-големите вериги хранителни супермаркети - "Кауфланд", вече стартира изграждането на свой магазин в "Ритейл Парк Уест". В търговския микс на ритейл формата ще бъдат включени обзавеждане, магазин за техника, магазин от типа "направи си сам", магазини за грехи, спортни и детски стоки, аптека и дрогерия, книжарница, домашни потреби, мобилни оператори, банкови клонове и застрахователни представителства. Частта за отгич и развлечение предвижда разполагането на ресторанти, детски и спортни съоръжения, алеи за разходки и озеленени площи. Екипът ни работи за привличане на нови търговски вериги, които пред-



вижгат експанзия в България и за които нашият проект е подходящ.

- Кои управлява инвестицията и кои са групите проекти в портфолио му?

- "Галакси Пропърти Груп" управлява инвестицията. Имаме 14-годишен опит в развитие и управление на инвестиционни проекти в различни направления на недвижимата собственост. Заедно с "Ритейл Парк Уест" развиваме още няколко големи проекта. "София Бизнес Тауър" е проект на офис сграда клас А, разположена в София, на "Цариградско шосе". Индустриалните зони са другото направление, върху което работим. Голям наш проект със смесено предназначение е "Пловдив Сити Център", който със своята атрактивна локация и концепция също представлява интерес за големи инвеститори. Заедно с това компанията управлява забележително портфолио от хотели, ваканционни и жилищни комплекси, търговски площи, индустриални и офис сгради.



"Ритейл Парк Уест" е разположен между ключовите пловдивски булеварда "Пещерско шосе", "Свобода" и "Копривица"

Следващите суперзвезди

Въпреки Майли и Моли изцепките, да си знаменитост става все по-смислено състояние. Ето някои от новите имена в киното, музиката и модата, които ще ни е приятно да следим

135-сантиметровият Питър Динклюдж е забелязан от критиката още през 1995 г. във филма "Живот в забрава", където играе актьор, разочарован от ограничените и карикатурни роли, предлагани на артисти гжужжета. И до днес е откровен, когато го питат за заболяването му ахондроплазия и не си позволява клишетата от рога на "Всички сме еднакви". Не сме. Някои са по-високи, други са по-талантливи. Пробива не защото погледът за специфични герои го прави само ръстът му. Но въпреки че за 22 години кариера има много силни участия в театъра ("Ричард III"), киното ("Началник-гара") и телевизията (научната фантастика Threshold), Динклюдж натрупа огромна фен база с манята по сериала на НВО "Игра на тронове", стартирал през 2011 г. Тогава спечели ЕМТ за най-добър поддържащ актьор с ролята на Тирион Ланисър, който не е красив супергерой, но остава безапелационно любимият герой на публиката в класацията на IMDb преди новия сезон на сериала. Блести с остроумните си реплики и като единствения симпатяга с прояви на висок морал сред коварните си роднини Ланисър. Отношенията с баща му вече са на косъм от



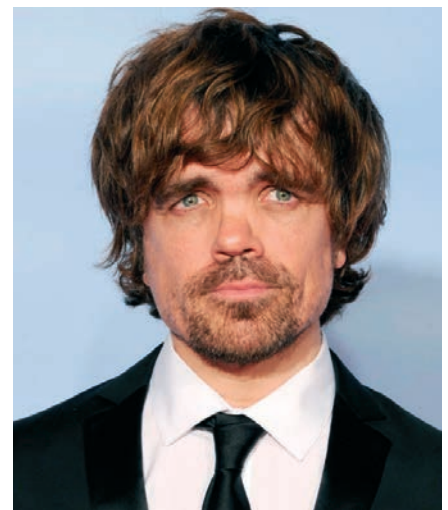
смъртта, но който е чел поредната на Джордж Р. Р. Мартин, знае, че Тирион ще се измъкне жив от схватката. И докато никой не може да си представи друг актьор, който да пресъздаде жилавата му роля във Вестерос, Динклюдж маркира една от тенденциите, които ще отличават и създават нови филмови знаменитости - участието на досега анонимни за масмедията добри актьори в хитове на малкия екран. Питър вече е силен шот в менюто на Холивуд - през 2014 г. ще го видим в няколко скъпи продукции, включително в X-Men: Days of Future Past в ролята на антрополога Боливар Траск.

Същия път извървя и светна и британският актьор Бенедикт Къмбърбач, чиято хладна визия се откроява аристократично на фона на слънчевите холивудски физиономии. В продължение на години той е признан за един от най-добрите актьори на своето поколение, но получи медийно внимание едва след като превърна Шерлок в едноименния сериал на BBC в постмодерен гений. Преди това има десетина номинации за престижни награди като BAFTA, ЕМТ и "Златен глобус". Сред тях ролите, с които впечатлява, е тази на Стивън Хокинг; през 2011 г. участва в два номинирани за "Оскар" филма ("Боен кон" и

"Когато бях по-млад, бях огорчен и гневен, но колкото повече остаряваш, осъзнаваш, че просто трябва да имаш чувство за хумор", казва Питър Динклюдж за заболяването си. През 2012 г. в интервю за New York Times го питат дали се възприема като "говорител на малките хора". Динклюдж отговаря: "Само защото привидно се чувствам добре с ръста си, не мога да проповядвам как да се справиш с това. Има дни, в които аз не мога."

"Дама, поп, асо, шпионин"), а един от значимите му успехи на големия екран е неотдавнашната му поява като отрицателния герой Кан в "Пропагане в мрака". Името му обаче попадна в гръмките класации на списания като Empire и People, след като пресъздаде героя на Артър Конан Дойл. През 2013. беше на корицата на Time, а в края на годината отнесе наградата BAFTA Los Angeles (мост между холивудския и британския развлекателен бизнес) за майсторските си изпълнения в телевизията, киното и театъра.

Снизходителен е към социалните мрежи и медията също като халливия си герой, но въпреки че няма официален сайт, Twitter или Facebook, има милиони интернет последователи, включително в Китай. Там феновете му го наричат Curly Fu (Curly описва причестката му, а Fu е съкратената китайска транслитерация на "Холмс"). Освен че ще имаме удоволствието да се разхождаме в гвореца на ума му в третия сезон на "Шерлок", през 2014 г. ще е британският математик и криптоанализатор Алън Тюринг във филма The Imitation Game, а според



**Библио.бг - платформа за електронни книги и
списания**

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

