

# МЕНИДЖЪР

Брой 10 (264) октомври – ноември 2020

цена 7 лв. [www.manager.bg](http://www.manager.bg)

**ФИНАЛИСТИ  
НА СТАРТА**  
Мениджър на  
годината 2020:  
състезание  
като на филм

Изкуството  
да управляваш  
промяната  
в бъдеще време

**Иван  
Житиянов**

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР  
НА TELELINK BUSINESS  
SERVICES GROUP

**КАКВО  
Е ИСТИНА  
В ЕРАТА НА  
СОЦИАЛНИТЕ  
МЕДИИ**

**CLOUD  
КОМПАНИТЕ,  
В КОИТО ДОРИ  
УОРЪН БЪФЕТ  
ИНВЕСТИРА**

**НЕ Е ВАЖНО  
ОТКЪДЕ  
РАБОТИШ,  
А КАКВО  
МОЖЕШ**



FINE BUBBLES  
EXTRAORDINAIRE  
SENSATIONS



GO FOR THE  
EXTRAORDINAIRE

# МЕНИДЖЪР

a company of  VM FINANCE GROUP

АДРЕС: СОФИЯ 1000, УЛ. „СЕРДИКА“ № 13, ЕТ. 3, 4  
WEB WWW.MANAGER.BG  
E-MAIL PRESS@MANAGER.BG

## УПРАВИТЕЛ

ДЕНИЦА ДИМИТРОВА ✉ dadimitrova@manager.bg

## ГЛАВЕН РЕДАКТОР

ЕЛИЦА НИКОЛОВА ✉ ednikolova@manager.bg

## ОТГОВОРЕН РЕДАКТОР

БОРЯНА ТЕЛБИС ✉ btelbis@manager.bg

## РЕДАКТОР СПЕЦИАЛНИ ПРОЕКТИ

ВЕНЦИСЛАВ САВОВ ✉ vsavov@manager.bg

## РЕДАКТОР

ПЕТЪР ХЕРАКОВ

## АРТ ДИРЕКТОР

РОСЕН ЙОРДАНОВ

## ДИРЕКТОР ПРЕДПЕЧАТ И ПРОИЗВОДСТВО

БОРИСЛАВ МИРАЗЧИЙСКИ

## ДИЗАЙН И ПРЕДПЕЧАТ

МИЛЕНА ВЪЛЧИНОВА

## КОРЕКТОР

СЕНКА СИМЕОНОВА

## СПЕЦИАЛИСТ МАРКЕТИНГ И КОМУНИКАЦИИ

МАГДАЛЕНА МАРТЕВА-СИМЕОНОВА

✉ mmsimeonova@manager.bg

## МЕНИДЖЪР РЕКЛАМА

КРАСИМИРА АЛЕКСАНДРОВА

✉ kalexandrova@manager.bg

## СТАРШИ ЕКСПЕРТ ОНЛАЙН РЕКЛАМА

ДАРИНА КЮЧУКОВА ✉ dkuchukova@manager.bg

## СПЕЦИАЛИСТ ОНЛАЙН РЕКЛАМА

ДИАНА УЗУНОВА ✉ duzunova@manager.bg

## СПЕЦИАЛИСТ СЪБИТИЯ

МАРТИН ГЕОРГИЕВ ✉ martingeorgiev@manager.bg

## МЕНИДЖЪР ПРОДАЖБИ И АБОНАМЕНТ

МАРИН ГЕНОВ ✉ mgenov@manager.bg

## ГЛАВЕН РЕДАКТОР

### НА САЙТА „МЕНИДЖЪРНЮЗ“

ИРИНА ВЕЛЕВА ✉ iveleva@manager.bg

## ГЛАВЕН РЕДАКТОР НА САЙТА „ОБЕКТИ“

ВЛАДИМИР ТОДОРОВ ✉ vtodorov@obekti.bg

## РЕДАКТОР НА САЙТА „НОВИТЕ РОДИТЕЛИ“

ВЕСЕЛИНА МОНЧЕВА ✉ vmoncheva@noviteroditeli.bg

## ДИРЕКТОР ФИНАНСИ И АДМИНИСТРАЦИЯ

Деница Коцева

## КОРИЦА

Юлиян Донов

Брой 10 (264)  
октомври –  
ноември  
2020

# бел. ред.

Хареса ми подходът на колежата Джеф Хадън, редактор в Inc. Чрез голямата си мрежа от контакти той пита хора от различни сектори как мениджърът общува с тях във време на пандемия, цитирайки фрагменти от тази неофициална обратна връзка.

Повечето лидерски послания засягат новия култ към безопасността. Има и такива: „Бизнесът вече не е същият“; „Ще направим всичко, за да избегнем съкращенията“.

Ако сте получатели, крепя ли ви посланието, че бизнесът вече не е същият? (Кога бизнесът трябваше да е като вчера?) Какво се губи в заявката, че няма да има съкращения?

Липсва „малкият глас“ в лидерската комуникация, казва Джеф. Малкият глас е действието – обяснява не какво се случва, а как се справяме. „Спираме този проект, но X брой хора работят по X нови инициативи, които са важни сега, защото...“

Малкият глас е да дадеш старт на нов план за действие във фланелка на играещ треньор. Да обходиш с хората си терените и с правилни пасове и финтове да им покажеш накъде отиват. В случай на победа „големият глас“ на същия лидер ще придобие значение и перспектива на успеха. Ще каже за пореден път правилните неща.

Във време на криза обаче хубавите лидерски гуми нищо не означават. Дори гумите за стабилност. Няма ценен човек до вас, който иска да остане ценна вкаменелост, знаейки, че светът спринтира около него. Гласът и гласът за промяна означават нещо. И издръжливостта да водиш тази промяна в сурови условия.

Героите в този брой на „Мениджър“ много добре знаят това.

Приятна работа.

Елица Николова

Печат

**АЛИАНС ПРИНТ**

пълноцветно обслужване

Абонамент за „Мениджър“ тук:



Издава „МИТ ПРЕС“ ООД,  
част от „ВМ ФИНАНС ГРУП“ АД

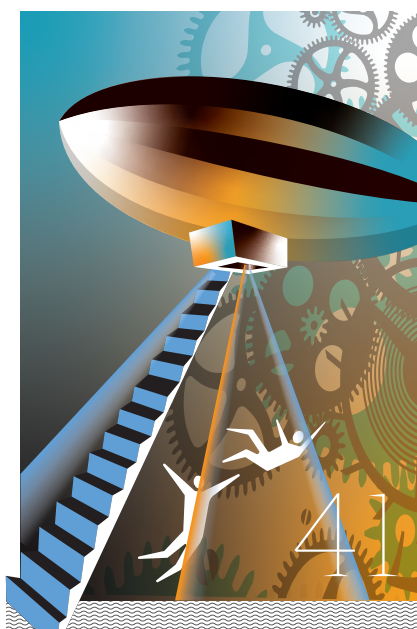
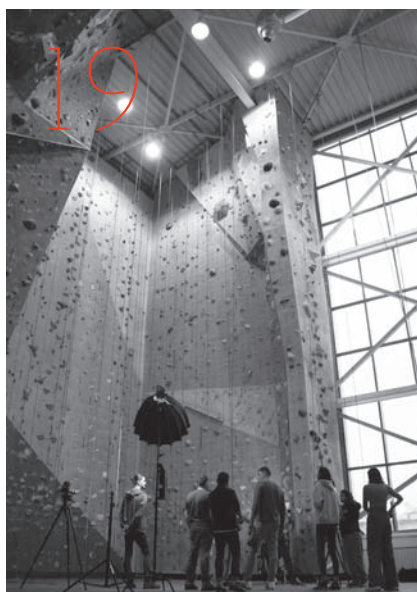
# съдържание

## Game On

- 7** **ДИГИТАЛЕН ТЕРОАР**  
Създателите на стартапа Bevine
- 9** **НЕИЗБЕЖНИТЕ ИНОВАЦИИ**  
Нови заглавия за предприемачи
- 10** **ОПИТ ЗА ЛЕТЕНЕ**  
Индустрия в режим на оцеляване

## Longform

- 12** **ДА УПРАВЛЯВАШ ИСТИНАТА В ЕРАТА НА СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ**  
Какво повече можем да направим срещу дезинформацията
- 16** **ЕЛИТНОТО ОБРАЗОВАНИЕ МОЖЕШЕ ОТДАВНА ДА Е ОНЛАЙН**  
Предимство ще имат проектите, които дават кариерна перспектива
- 19** **МЕНИДЖЪР НА ГОДИНАТА 2020: ФИНАЛИСТИ НА СТАРТА**
- 20** Владимир Спасов, прокурист на „М+С Хидравлик“
- 22** Владислав Русев, главен изпълнителен директор на ПОД „Алианс България“
- 24** Димитър Гълъбов, изпълнителен директор на „Съдърланд България“
- 26** Джордж Маргонис, генерален мениджър на „Филип Морис България“
- 28** Иван Чернев, председател на УС на „Кауфланд България“
- 30** Иво Куманов, изпълнителен директор на „НИК Смарт Машийнс“
- 32** Мариела Маджарова, изпълнителен директор на „Телетек Електроникс“
- 34** Милена Драгийска, главен изпълнителен директор на „Лидл България“
- 36** Николай Николов, управител на „Уърлд транспорт Оувърсийз България“
- 38** Пламен Цеков, председател на Борда на директорите на Scalefocus



## Leadership

- 41** **УСПЕХЪТ ОТ ДИСТАНЦИЯ**  
Как да работим пълноценно от разстояние и как се сплотява виртуален отбор
- 46** **КАЗУС**  
Случаят с прекалено самоуверения колега
- 48** **РАБОТНИ ПРОЦЕСИ**  
Моментна снимка на пазара на труда и на възнагражденията и какво се очаква през 2021 г.

## Business

- 52** **КОМПАНИЯТА, В КОЯТО ВСИЧКИ ИМАТ МЯСТО НА ГОРНИЯ ЕТАЖ**  
Иван Житиянов, изпълнителен директор на Telelink Business Services Group за непрекъснатата промяна и амбицията да превърне компанията в „гражданско общество“
- 60** **ПАРИ ЗА СНЕЖИНКИ**  
Три примера за cloud компании, които бурно печелят доверието на инвеститорите
- 64** **НЕ Е ВАЖНО ОТКЪДЕ РАБОТИШ, А КАКВО МОЖЕШ**  
Защо расте коуъркинг сегментът и с какви нови решения пространствата привличат посетители

## Smart Solutions

- 70** **5G МРЕЖАТА Е В ОСНОВИТЕ НА ИНДУСТРИЯ 4.0**  
Никола Гечев, VIVACOM
- 72** **УМНА ЕНЕРГИЯ**  
Проектът на Siemens във Виена

## eID

- 74** **„ПЕТИЯТ ЕЛЕМЕНТ“ В ЕЛЕКТРОННОТО УПРАВЛЕНИЕ**  
Без единна eID всяка електронна услуга се „радва“ на малка аудитория
- 76** **ЕДИННА ВХОДНА ТОЧКА КЪМ ВСИЧКИ Е-УСЛУГИ**  
Мариана Цветкова, Държавна агенция „Електронно управление“

**78 Е-ИДЕНТИФИКАЦИЯТА ЩЕ ПРОМЕНИ КОРЕННО НАЧИНА, ПО КОЙТО ФУНКЦИОНИРАТ ДЪРЖАВАТА И БИЗНЕСЪТ**  
Мирослав Вичев, БОРИКА

**82 НОВОТО „А3“ В ДИГИТАЛНИЯ СВЯТ**  
Ваня Манова, Mastercard

**84 ПОДПИС С ЕДИН КЛИК**  
Проф. д-р Георги Димитров,  
„Евротръст Технолоджис“ АД

## Metallurgy

**87 МЕТАЛУРГИЯ НА ЗЕЛЕНО**  
Ползите от трансформацията на сектора

**89 15% РАСТЕЖ В КРИЗАТА**  
Никола Рангелов, „Рефран“

**90 НОВИ ПАЗАРИ ЗА „АЛКОМЕТ“**  
Нели Тончева, търговски директор на компанията

## Green

**92 БЪЛГАРИЯ И ЗЕЛЕНИЯТ ПЛАН НА ЕВРОПА**  
Важните послания след XI Зелен форум на „Мениджър“

**100 С ПОЛОЖИТЕЛЕН ЗАРЯД**  
Създателите на електрическия велосипед Ecopic One увеличават скоростта на бизнеса си

**102 ДЕЙСТВИЯТА НОСЯТ ПРОМЯНАТА**  
Компаниите, с които „Кауфланд България“ спечели приза „Най-зелена компания в България“ за 2020 г.

**103 МИСИЯ „УСТОЙЧИВО БЪДЕЩЕ“**  
Финландската Cargotec следва план в 3 стъпки, за да намали въглеродния си отпечатък

**104 10 ГОДИНИ С МИСЪЛ И ГРИЖА КЪМ ХОРАТА И ПРИРОДАТА**  
Елица Георгиева, „Лидл България“

**106 НАСТОЯЩЕТО Е ЕЛЕКТРИЧЕСКО**  
Volvo представя своето най-добро предложение за ХС досега

**107 VELUX GROUP И КОНЦЕПЦИЯТА LIFETIME CARBON NEUTRAL**



## Ad&Media

**108 ПРОВОКАЦИЯ В БАЛОНЧЕТА**  
Историята на fritz-kola е вдъхновяващ пример как можеш да се изправиш срещу два световни гиганта и да не загубиш

**111 ДОБРАТА ИДЕЯ Е КАТО ЕМОЦИОНАЛЕН ШАМАР**  
Джейк Бароу, криейтив директор на VMLY&R – Мелбърн: „Агенциите ги има, за да решават сложни проблеми“

**114 БЪДЕЩЕТО НА МЕДИИТЕ ЗАВИСИ ОТ СИНЕРГИЯТА МЕЖДУ РАЗЛИЧНИТЕ ПЛАТФОРМИ**  
Разговор с Джеф Грийн, изпълнителен продуцент на Bloomberg TV Bulgaria

**117 РЕКЛАМАТА, КОЯТО ИСКАШ ДА ГЛЕДАШ**  
Как рекламодателите да задържат зрителите пред екрана

**120 ИМА ЛИ БИЗНЕСЪТ ЖЕЛАНИЕ ЗА ИГРИ**  
Назаем от блога на А1

## Shot

**121 СМЕШКИ В ОФИСА МОЖЕ ЛИ?**  
Николаос Цитиридес и как да използваме хумора в борбата със стреса в офиса





[WWW.MANAGER.BG](http://WWW.MANAGER.BG)

# МЕНИДЖЪР

ЕДНА ГОДИНА ПЪТУВАНЕ В СВЕТА НА БИЗНЕСА  
С АБОНАМЕНТ ЗА 66 ЛВ.



# Дигитален тероар

**Създателите на стартапа Bevine Благой Анастасов и Николай Сапунджиев са готови да помагат на българските лозари със събирането и анализа на информацията за реколтата**

✍ Габриела Беличовска  
📁 личен архив

**В**ероятно всички са съгласни с красивото прозрение на Робърт Луис Стивънсън, че „виното е поезия в бутилка“, но за да се превърне в такава, то е преди всичко статистика. Така със сигурност мислят софтуерните инженери Благой и Николай, основатели на стартапа Bevine за 24-часов мониторинг на лозови насаждения. Начинанието им е чудесен пример какъв потенциал се разгръща, когато образованието и практиката намерят пресечна точка в залите на университетите. На двамата им хрумва да внедрят технологичните си познания в лозарството и

винарството по време на магистърска програма по технологично предприемачество и иновации в IT във Факултета по математика и информатика на СУ. Успоредно с това участват и в преакселератора „Отвъд“ на „Джунийър Ачийвмънт“. Там през 2018 г. се вдъхновяват от менторите си от бизнеса и се впускат в своето собствено предприемаческо приключение, което ги отвежда до европейското състезание JA Europe Enterprise Challenge в Осло, а после и в Лондон, в офиса на Avanade – една от IT компаниите, основани от гиганта Microsoft. Тя им присъжда специална награда за дигитални иновации.

Мониторинговите метеостанции, които Vevine използват, имат три основни компонента – соларни панели, SIM карта с постоянна интернет връзка, както и сензори, произведени от бранда за интелигентно земеделие Agrila.

Успоредно с началото на кариерния си път в IT сектора Благой и Николай продължават да подобряват продукта си. Първото им инсталирано тестово устройство вече е факт в село Типченица.

На всеки час то събира подробна информация за тероара, на който се отглеждат лозовите масиви – температура и влажност на въздуха, скорост и посока на вятъра, влажност на листата, количество валежи и други атмосферни условия, които пряко влияят върху качеството на гроздето. Този процес дава на момчетата възможност да предоставят обстоен анализ в две основни направления. От една страна, наблюденията им са фокусирани върху вземането на преван-

тивни мерки при възникване на болести, включително добре познатата и разрушителна мана – уповабайки се на входните данни, те могат да дават съвети за третирането на насажденията. „Има как определени пръскания да бъдат избегнати, което спестява средства, време и усилия, но е важно и от екологична гледна

Лозовите насаждения в България възлизат на над

**50 хил. хектара**

За близо

**15 хил. хектара**

лозя не са полагани грижи поради икономически и социални причини

Производството от

**2180 хектара**

лозя не е прибрана заради лоши климатични условия

Данни на Министерството на земеделието, храните и горите към 2018 г.

точка“, обясняват Благой и Николай. От друга страна, чрез сензорите може да бъде проследено развитието на захарните градуси в сортовете грозде, така че всеки да организира по-прецизно процеса на работа, както и да прогнозира най-подходящата дата за беритба спрямо вкуса на виното, който иска да постигне.

Това обаче съвсем не е всичко – колкото повече информация събират, на толкова повече фактори ще могат да влияят винопроизводителите. Следващата точка от плана е проследяването колко плодородно е едно парче обработваема земя, кои са най-устойчивите сортове за отглеждане върху него и каква е пазарната му стойност. Така при евентуални климатични промени е възможно растенията да бъдат преместени навреме в по-благоприятна среда. Най-позитивният ефект от по-нататъшната разработка на стартъпа за ангажираните в индустрията е, че с помощта на изкуствения интелект е възможно да си спестяват до 90% от разходите, инвестирани в производството.

В момента екипът подготвя мобилна апликация, чрез която собствениците на винарни да побират в джоба си полезната информация от метеостанциите, така че да упражняват възможно най-добър контрол върху реколтата си във всеки момент. **M**



← Първото инсталирано тестово устройство на Vevine е в село Типченица. На всеки час то събира подробна информация за тероара, на който се отглеждат лозовите масиви

# Неизбежните иновации

**Без празни приказки за новаторството, което е задължителна част от ДНК-то на предприемачите на бъдещето. Практически съвети, обединени в шест заглавия за отличници**

✍ Елена Панова

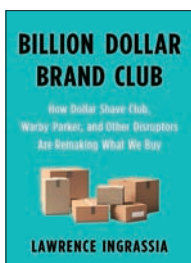
## BILLION DOLLAR BRAND CLUB

Лорънс Инграсия  
Изд. Henry Holt & Company, 2020 г.

Бизнес журналистът Лорънс Инграсия ни вкарва в революцията на начинаещите марки, които превземат империи, властвали десетилетия. Например Dollar Shave Club и безумно смешният им маркетинг или

customize бельото на Third Love. Warby Parker пък пращат по пощата пет чифта очила, от които да си избере клиентът. Всеки от тези малки воители прилича на Давид, нагло оплезен срещу Голиат на мегаиндустрията. Заедно представяват сеизмична

промяна в бизнес модели, царували повече от столетие.



## INNOVER EN PLEIN CHAOS

Жан-Батист Колас, изд. Nuvis, 2020 г.

Ето как стоят нещата с иновациите – трябва да мечтаеш за невъзможни завоевания в условията на пълен хаос, за да овладееш бъдещето“, пише френският бизнес стратег. Той повежда читателя из сложния механизъм на новаторството, използвайки примери и уроци от военното дело, които всеки може да приложи към личните си битки. Четиво за непримирими.



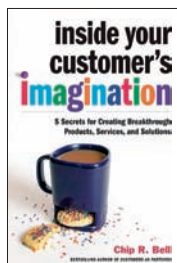
## INSIDE YOUR CUSTOMER'S IMAGINATION

Чип Бел  
Изд. Berrett-Koehler Publishers, 2020 г.

Има огромна разлика между това да мислиш като клиента си и реално да се вслушаш в потребителите си. Един от тримата топ световни експерти по обслужване на клиенти според Global Gurus – Чип Бел, съветва,

че иновацията чрез създаването на партньорства е ключът към растежа на бъдещето. Идеята, че иновиратето е в основата си социален процес, се базира на следното откритие: колкото повече хора са въввлечени в работата си като творци и вдъхновени

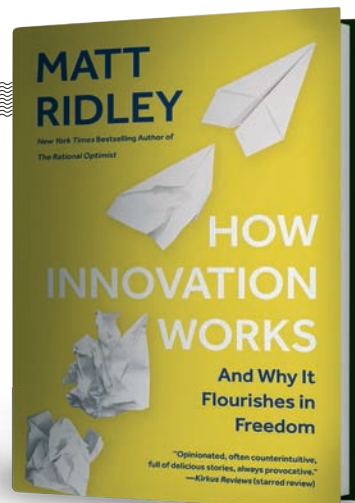
помагачи, толкова по-високи са шансовете за успех.



## 15-ТЕ АНГАЖИМЕНТА НА ОСЪЗНАТОТО ЛИДЕРСТВО

Джим Детмър, Даяна Чапман,  
Кейли Уорнър Клемп, изд. „Вакан“, 2020 г.

Лидерите трябва да променят начина си на мислене, за да постигнат траен успех. Най-важната иновация е обновяването на идейния чип, съветват авторите, предлагайки прост план за революция в главата. Книгата е базирана върху опита на водещи световни компании, притиснати да променят остарелите си практики.



## HOW INNOVATION WORKS

Мат Ридли, изд. Harper, 2020 г.

Новата книга от автора на бестселъра „Рационалният оптимист“ осмисля чудатите извори на необходимостта – „иновациите“. Пълна със смели мнения, тя редува задълбочени изводи с любопитни факти. Защо ни е отнело толкова време да изобретим куфарите с колелца? Как успява човечеството винаги да намери начин да избегне разрухата и провала? И още въпроси и отговори за вдъхновение.

## ЕПОХАТА НА ИНФЛУЕНСЪР МАРКЕТИНГА

Нийл Шафър, изд. „Алекс Софт“, 2020 г.

Живеем в епоха на безпрецедентна цифрова трансформация и всяка марка е длъжна да се впише елегантно в езика и общуването на съвременния социален климат. Как да използваме влиянието на влиятелните лица от Instagram и Facebook, за да вземем участие в разговора? Мисията на международно признатия експерт по цифров маркетинг Нийл Шафър е да промени дефинициите и да подскаже на рекламодателите как да си сътрудничат с инфлуенсъри. **M**



# Опит за летене

✍ Марио Бакалов

**А**виоиндустрията влиза в режим на оцеляване, който ще трае поне още година-две. Последните прогнози сочат, че се очаква нормализация на нивото на пътническият поток чак през 2025 г. Силни на пазара ще останат най-адаптивните авиокомпании с най-стройната и ефективна структура. Пътуващите трябва да се заредят с търпение заради въвеждането на нови процедури и изисквания от сръжави, летища и авиокомпании – задължителни тестове, попълване на карти и имунизационни паспорти. А маските със сигурност ще останат задължителни в идните 1–2 години. Вероятно европейските поле-

ти няма да бъдат силно засегнати от следващата вълна на пандемията, макар че рестрикциите в Европа се менят всеки ден. Пътуванията към далечните дестинации обаче ще останат проблематични, тъй като в момента над 130 страни имат или забрани за влизане на туристи, или ограничения по формата на карантина и изисквания за местове. Българите в страните извън ЕС ще продължат да изпитват затруднения при пътуване от или до България. За САЩ това може би ще продължи до техните президентски избори. Бизнес пътуванията вероятно ще бъдат облекчени в определени сръжави, но и при тях ще се наблюдават промени. Ето част от тенденциите в авиоиндустрията, с които отрасълът ще отговори на предизвикателната нова обстановка.

## ФЛЕКСИБИЛНОСТ

Поради различните мерки и динамичното развитие на пандемията в различни части на света ще има нужда от пълна свобода и флексибилност при промени в резервациите и пътуванията. Това означава въвеждане на безплатни промени и анулиране на билети и last minute записвания.



## ОТГОВОРНОСТ И ПРОЗРАЧНОСТ

Авиокомпаниите и летищата още трябва да докажат, че наистина здравето на пътниците е от първостепенна важност, а не е просто реклама. Нужни са максимални усилия и пълна прозрачност в мерките: какво се предприема на борда за хигиената на пътниците и тяхната безопасност; спазва ли се носенето на маски; има ли възможност за закупуване на свободни средни седалки; предлагат ли се безплатни маски и дезинфектанти и т.н.

## Марио Бакалов

е пилот, интернационален говорител, мотивационен лектор, дългогодишен инструктор в сферата на човешки фактор и инициатор на редица бизнес и социални проекти. Той влиза в авиационната история на България, като приземява за първи път на летище София най-големият пътнически самолет в света – Ербъс А-380. Повече за Марио има на [mariobakalov.com](http://mariobakalov.com)

