

Смяна на
собствеността

Предизборен
албум

Звездите се
виждат отдалеч

Политици
бизнесмени

специално приложение
PHARMA

МЕНИДЖЪРЪ

БРОЙ 3 (173), МАРТ 2013. ЦЕНА 5 ЛВ. WWW.MANAGER.BG

МЕНИДЖЪР ♥ ПРИРОДАТА

**БЛАГОДАРЯ ВИ,
СКЪПИ КОНКУРЕНТИ!**

**ДЕМОКРАЦИЯ
ИЛИ СВОБОДА**

**ПРОДАЖБА
ЗА 30
СЕКУНДИ**

**ПО-ДОБРЕ
НАИВНИ,
ОТКОЛКОТО
НЕГАТИВНИ**

**ПОМНИШ
ЛИ
МОМИЧЕТО
ОТ
РЕКЛАМАТА**

**СИЛНО
ДА ЛЮБИМ
И МРАЗИМ**

**Аркадий
Чорбаджийски**

**ОТ SOFBUILD:
Ако искаш
да промениш
нещата,
започни
от себе си**



ТЕМА ГРУПОВО ФИНАНСИРАНЕ НА БИЗНЕСА

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

www.biblio.bg



БРОЙ 3



34 Аркадий Чорбаджиџски: Ако искаш да промениш нещата, започни от себе си

8 АССЕНТ

10 Политици светци

12 Силно да любим и мразим

14 Лицето на твоя град

18 Свободата е къде ли не

20 По-добре наивни, отколкото негативни

22 ТЕМА Групово финансиране на бизнеса

30 MANAGEMENT

34 Аркадий Чорбаджиџски: Ако искаш да промениш нещата, започни от себе си

42 Главните счетоводители вземат между 3500 и 5400 лв.

44 Звездите се виждат отдалеч

46 Благодаря ви, скъпи конкуренти!

48 Самолетът каца. Игва спасителят

50 MARKETING

52 Прогажба за 30 секунди

54 Предизборен албум



56 Помниш ли момичето от рекламата



71 Pharma

56 Помниш ли момичето от рекламата

60 Какво се случва в гесет и гесет?

62 Продължавай да мислиш

64 Личната препоръка е най-мощният пиар

66 Пет причини да направите Facebook игра за Вашия бизнес

68 Домът на бъдещето

71 PHARMA

74 Пазарът с лек ръст през 2013 г.

76 "Актавис" - третата най-голяма генерична компания в света

78 Биотехнологичните лекарства ще преборят много нелечими болести

80 Новата интелигентна защита срещу инфаркт и инсулт

82 "Новартис" помага на 1 млрд. души по света

84 Доц. Коста Костов: Силният екип е в основата на успеха

БРОЙ 3



130 Alter ego Демокрация или свобода



137 Modernity



142 Поем с кумара

86 Генеричните и биопогодните медикаменти стават все по-важни, интервю с Николай Хаджигончев

88 Лек от светлина

91 **ECONOMY**

92 Смяна на собствеността

94 Доказано: плоският ганък увеличава приходите в бюджета

96 Общината и говолните ѝ граждани

100 Доверието е най-скъпата валута, интервю с Меглена Кунева

104 НЕТ ИС САТ - телекомуникационни решения за бизнеса с по-високо качество на по-ниски цени

106 Произведено в България

107 **GLOBUS**

108 Бизнесмени с особени заслуги

111 **EDUCATION**

112 Време за инженери

114 20 години Датски колеж

116 МВА на цената на една хубава кола

118 Университетът с две акредитации - в САЩ и в България

120 Търговските успехи се печелят първо в съзнанието

122 Езиков център "АВО-Бел" издава европейски сертификати

124 Варненският свободен университет с лице към бизнеса

128 **SENSE**

129 Философия на топките за голф

130 **ALTER EGO** Демокрация или свобода

137 **MODERNITY**

142 Поем с кумара

146 Модерни времена

150 Академик Пламен Карталов: Каня Ви на неவிжданo музикално събитие

152 Софийски разкази

154 Комикс

Лицето на твоя град

Как българските градове да станат по-модерно, привлекателно и удобно място за живот - това бе фокусът на обществената дискусия, организирана от "Мениджър". Интегрираните проекти за развитие и повишаването на енергийната ефективност са част от решенията за новия им облик, както и прозрачността на архитектурните конкурси

Как всеки от нас иска да живее извън стените на дома си, колко интелигентно ще продължи развитието на градовете и какво е мястото на архитектурата след бума на безразборното строителство. В този дух премина обществената дискусия "Лицето на твоя град", организирана от сп. "Мениджър" в зала "Триадица" на "Гранд Хотел София" на 31 януари т.г. В полезен разговор за това кои са умните и възможни на този етап и през следващите 10-20 години решения за развитието на градовете ни участваха представители на властта, бизнеса и архитектурното съсловие.

Ако в първия период от оперативната програма "Регионално развитие" не сме имали ясна визия какво искаме да се случи в градовете, сега преминаваме към планирането на облик им чрез интегрирани проекти. Това беше един от акцентите в презентацията на министъра на регионалното развитие и благоустройството Лиляна Павлова по време на първия панел на дискусията, посветен на градската еволюция. След научените уроци от първия програмнен период вече ще има синхрон между отделните проекти, а не както досега през едната година да се възстановяват паркове, улици и градини заради усвоени средства по Програмата за регионално развитие, а на следващата направеното да се разкопае, защото се усвояват средства по Програмата за

МЕНИДЖЪР

Инженер
интелигентен

SIEMENS

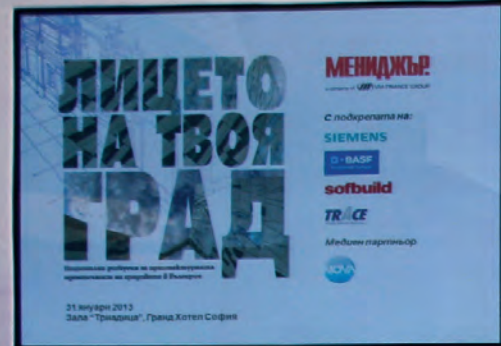
BASF
The Chemical Company

TRACE
TRACE GROUP HOLDING

softbuild

NOVA

АКОС



Участниците в първия панел на събитието „Лицето на твоя град“ (от ляво на дясно): Асен Тангилов (BASF), Валентина Диканска (BASF), Иво Пантелеев (А.Д.А. - Архитектурно-дизайнерска агенция), министърът на регионалното развитие и благоустройството Лиляна Павлова, столичният кмет Йорданка Фангъкова, Александър Стоянов (Siemens), урбанистът проф. г-р арх. Веселина Троева

околна среда за нов водопровод. Едновременно с работата по градската среда ще се прави и цялата инфраструктура.

"Интегрираните проекти са свързани с инженер-на инфраструктура, интелигентен транспорт, подобряване на образованието, придобиване на нови умения", обясни проф. г-р арх. Веселина Троева. Тя е изпълнителен директор на "Национален център по териториално развитие" ЕАД и ръководител на екипа, разработил новия инструмент, който за първи път се прилага в българската урбанистична практика - "Интегриран план за градско възстановяване и развитие". Вече има пилотни проекти, в които се интегрират инициативи по няколко програми - "Регионално развитие", "Околна среда", "Развитие на човешките ресурси" и др. Другият тип интеграция е териториалната - с концентрирането в едни зони да се постигне ефектът на синергия от едновременно действие на няколко проекта.

В София проектите ще бъдат насочени в три зони за въздействие - социална, която заема най-голяма част от изготвения Интегриран план на града, централна, тоест ядрото на града заедно с Борисовата градина и Южния парк, и зона за икономическо развитие. По същия начин ще се действа за развитието и на общините в България - всяка от тях трябва да определи своите приоритетни зони.

Групово финансиране на бизнеса

Изглежда логично след колективното пазаруване да се появи и колективно финансиране. Стотици хиляди хора по света събраха 3 милиарда долара за 2 милиона проекта през новите интернет платформи миналата година. Сред тях са филми, компютърни игри, музей на Никола Тесла, стартираци бизнеси. Тази схема логично набира скорост - у нас има онлайн платформи, които търсят инвеститори за добри бизнес идеи.



Продавачи на идеи

Те трябва да са убедителни, вдъхновяващи, обещаващи успех и бъдеще

И Стане - вероятно се чудите какво е това. Кран за iPhone е първото, което ви хрумва, и сте абсолютно прави. Това е професионален кран, с помощта на който с мобилния си телефон или малка видеокамера може да заснемете кадри от птичи поглед. Тежи пог 2 кг, за 10 секунди е готов за работа и е с достъпна цена за всеки, който иска да създаде любителски филм - за разлика от тежките и скъпи кранове на големата снимачна площадка.

Младият германец Карстен Валгек е изобретателят на крана. И сега участва най-интересното: той успява чрез групово финансиране за два месеца да събере 100 309 евро, за да може да осъществи идеята си. 411 души влягат в бъдещия продукт от 2 до 599 евро и всеки получава награда в зависимост от приноса си: за тези с 2 евро има "Благодаря", за групите с 599 - кран, статив, чантата и още няколко екстри. Изглежда съвсем заслужено.

Всъщност целта на Карстен са 20 хил. евро и самият той е изненадан от големия интерес и огромната подкрепа към продукта му на Startnext, един от популярните сайтове за тази нова форма на финансиране. "Благодаря ви! Благодаря за това, че надскочихме барьерата от 100 хил. евро, за доверието и вдъхновението!", пише той на 8 декември 2012 г., ден след края на кампанията.

Малко по-рано - в края на ноември, група проект събира зашеметяващите 6,2 млн. долара през два сайта за групово финансиране, единият от които е известният Kickstarter. 90 хил. души са инвеститорите, гали своя дял за разработването на компютърната игра Star Citizen. На най-успешните съдател на Wing Commander, американецът Крис Робърт, който е автор и на новия проект, обещава готовата игра с много кредити и екстри.

Груповото финансиране (на англ. - crowdfunding) все повече се налага като начин за събиране на стартов капитал за реализиране на конкретна идея. Не непременно бизнес - например в САЩ на сайта Indiegogo през лятото на 2012 г. са съб-



ПОПУЛЯРНИ ОНЛАЙН ПЛАТФОРМИ

AngelList: за стартиращи предприятия
Appsplit: за мобилни приложения
ArtistShare: за музика
CrowdCube: за малък бизнес
Crowdrise: за проекти за изкуство, култура, образование, грижа за животни
Crowdfunder: за стартиращи предприятия
Fundable: подходяща за малък бизнес
GoFundMe: за благотворителност, подпомагане на хора, преживели инциденти
Indiegogo: всякакви проекти, вкл. благотворителност
Innovestment: за малък бизнес
Kickstarter: всякакви креативни проекти, но без каузи, благотворителност или стипендии
Kopernik: технологии за Третия свят
MedStartr: медицински проекти и технологии
Microriza: за наука и изследвания
MicroVentures: малък и стартиращ бизнес
Peoplefund.it: за креативни проекти
PledgeMusic: за музика
Razoo: точното място за каузи
RocketHub: всякакви проекти
Seedrs: малък бизнес
Seedups: за стартиращи предприятия
Startnext: креативни и иновационни проекти
Ulule: креативни проекти



Открийте ковчежето със
съкровище ColorLok® и спечелете
едно от три мечтани пътувания!



Вашият ключ към по-висока
производителност!

mondigroup.com/colorlok



В офиса или вкъщи - IQ, NAUTILUS®, BIO TOP 3®, DNS® и технологията ColorLok® са вашият ключ за по-добри резултати при печат. Използвайте хартии с ColorLok® за по-плътни, по-ярки изображения и графики, по-контрастно черно при текст и по-малко размазване в резултат на бързото съхнене. Открийте предимствата на хартиите с ColorLok® и спечелете едно от три островни пътувания до Ко Самуи, Тенерифе, Малта или една от четирите ваканции в Австрия.



РЕШЕНИЯ.
ЗА ВАШИЯ УСПЕХ.

www.mondigroup.com/colorlok



**АРКАДИЙ
ЧОРБАДЖИЙСКИ:
АКО ИСКАШ
ДА ПРОМЕНИШ
НЕЩАТА,
ЗАПОЧНИ
ОТ СЕБЕ СИ**

Изхвърлих от речника си гумата "невъзможно", казва управителят на Sofbuild



Вие строите сгради, които в София правят огромно впечатление с модерна визия и безспорно качество. Как изграждате вкуса си?

- Преди всичко е желанието да се създаде нещо красиво. След това - да се приложат новите технологии. Освен това е важно нещата да се правят с чувство за отговорност и уважение. Всичко онова, което се стремя да усъвършенствам в самия мен, е цел и посока за това, което изграждам. Да създаваш външна среда за поколения напред, в известен смисъл е кауза. Това променя вкуса на хората към по-красиво.

Сградите на Sofbuild сами по себе си са съвършено ново решение за градската среда у нас. Не следвам модата съзнателно, но като се има предвид моят интерес към поп културата, може би съм повлиян по един индиректен начин. Надявам се нашата работа, материализирана във всички сгради, да провокира и вдъхновява. Бих искал хората да мислят за пространството около себе си и да намерят своя собствен език, с който да го коментират. Това е онзи малък принос на всеки един от нас, с чиято помощ светът ще стане малко по-различен. Ако искаш да промениш нещата, започни от себе си.

Това ме движи изобщо, когато работя, и ме мотивира при избора ми на архитектура. Скуката и безпокойството, раздразнението по отношение на това, което вече съм направил, и любопитството към онова, което ми предстои.

- А как комбинирате добрия вкус със задължителния за предприемача прагматизъм?

- Харесвам елегантността на интелигентността. Затова и никога не правя компромиси, но уважавам живота и работата си. Опитвам





СТРОИТЕЛНО-ИНВЕСТИЦИОННАТА КОМПАНИЯ SOFBUILD, чийто собственик и управител е икономистът Аркадий Чорбаджийски, е регистрирана през 2002 г. Вече 10 години изгражда жилищни и офис сгради. Някои от най-забележителните архитектурни обекти в София са нейни и са получили редица награди. И както е редно за истинските произведения на изкуството, повечето имат и специални имена. Офис сградата на ул. "Узунджовска" 7-9 е носител на "Сребърен Визар 2003". Жилищната сграда Simon става Сграда на годината 2004. Жилищната сграда Michelle става Сграда на годината две години по-късно. Жилищната сграда Jaslyn е носител на приза "Бронзов Визар 2007" и Сграда на годината 2008. Получава награда от публиката на същия конкурс и отличието за фасада на годината. Офис сградата Urban Model си тръгва със специална награда за оригинална архитектурна идея и умело вписване в средата на конкурса "Сграда на годината" през 2011 г. Най-новото бижу в архитектурната колекция на Sofbuild е Red Apple срещу Южния парк. Откриването на сградата ще бъде през май. Повечето сгради на компанията са номинирани в престижния конкурс на ЕС и фондация "Мис Ван дер Роге" за съвременна архитектура.

се да дам най-доброто на максимален брой хора. Като работа и като личен живот. Работя и създавам шедеври на възхновенieto си. Движам ме: сигурност, разнообразие и изненада, връзка с околната среда, желание за уникалност, усещане за лично развитие, да допринеса за по-голяма кауза...

Човек трябва да яде както душата, така и физическото си тяло, за да върви напред. Качеството на едното трябва да е равностойно на качеството на другото, само тогава има баланс, те са нещо като нощта и деня, не могат едно без друго. Всичко това ни прави значително по-щастливи от прагматичното, независимо колко много обществото ни се съсредоточава върху него.

- Не е ли притеснително за вашия бизнес, че на хората със сериозни финансови възможности тук им липсва стил?

- Вие го казвате. Съвсем не мисля така. Погледнете само как всичко се е променило през последните 10-20 години. За липса на стил не мога да говоря изобщо, защото той е строго индивидуален и се изгражда с години. Всеки един отделен индивид и всяка компания имат свой стил.

Истински смелите превъзможват своето въображение и правят това, което трябва. Това се старая да правя със сградите, които изграждам. Затова и хората, за които те са предназначени, са всички, които ценят красивото и различното. Дръзновени хора. Тези, които не си купуват просто имот, а нещо с душа. Надявам се с красотата си тези сгради да предизвикват артистизма ни, а не материалните категории.

- Имате ли любима сграда по света?

- Моите любими сгради са тези на "Херцог и Деморон" - водещо европейско архитектурно бюро. Имам слабост към тяхната работа, начин на мислене и оформяне на пространството. Може би това, което наистина искам, е работата ми да ме свърже с тях.

- Какво ви дава смелост да строите в криза?

- В кризата виждаш истинската същност на много хора и осъзнаваш кое е важното. За мен това е да си честен към себе си, да си честен към това, което правиш, да си честен и с хората, с които го правиш и които ти вярват. Криза значи предизвикателство, враг, с който да се преборя. Значи да създавам нещо различно, да премина през настоящата криза и да продължавам да работя, без да правя компромиси.

Сила и смелост ми дават всички, които са били с мен, подкрепяли са ме, окуражавали са ме, вярвали са ми, които са давали част от себе си, радвали са се повече от мен, каквото и да става.

Каквото и да направим в живота си, ще е незначително, но е много важно да го направим. Изчерпва ли това въпроса ви?

- Кое отличава успешния мениджър?

- Лично аз не приемам общоприетото значение, което едно общество с елементарен праг удовлетвореност влага в тази дума. Често се изумя-

marketingmar

ИВАН ХАДЖИВЕЛИКОВ



Бебета на полувремето? И тази година Супербоул мина сравнително незабелязано за широката публика у нас. За посветените обаче мачът между San Francisco 49ers и Baltimore Ravens значеше само едно - десетки специално отснети кли-

пове, маркиращи какво се случва в американската реклама. В един от най-красивите от тях - този на калифорнийската David & Goliath, Вършеца все по-гобра работа за KIA - млаг татко съчинява безумна история в отговор на класичес-

кия въпрос "Откъде идват бебетата?". Естествено, когато историята за деветмесечното космическо пътешествие е поставена под съмнение, на помощ идва интелигентната система за забавление UVO на новата Sorento.



Яйцето или кокошката? Може би най-харесваната Супербоул реклама тази година е на Wieden and Kennedy за бисквитките Oreo. "Винаги съм предпочитал крема в бисквитките Oreo." - "Това е лугост, бисквитката е по-гобратата част!", си прошехват двамата съседни по маса в библиотеката, а ескалацият конфликт помежду им буквално взривява положението, разделяйки хората на два лагера в масов бой. Смейното е, че през цялото време всички шепнат. В библиотека сме все пак.



Дакота Фанинг (горе) с парфюма Oh, Lola! и екзотичната и вечно разрошена Хелена Бонъм Картър, които Марк Джейкъбс използва за рекламите си



Помниш ли момичето от рекламата

Атрактивните лица вървят ръка за ръка с атрактивните послания

Когато през 1980 г. 15-годишният модел Брук Шийлдс обуваше джинсите си и казва "Нищо не може да заста-не между мен и моите Calvins" в една от най-провокативните и известни реклами в модната индустрия, сякаш отправя и посланието, че нищо не може да заста-не между връзката на бранго-вете с нахално красивите млади лица (и тела). Но рекламите с подобни модели се смятат за все по-неподходящи не само заради психозата около прекалено ран-ната сексуализация. Напоследък дори луксозните марки късат с този тип красота, като една от причините е, че стоките им са за зрели жени, които не биха могли да се отъждествят с фривол-ните идеални музи на гизайнерите. И опровергават Джейн Каро, преподавател по реклама в Уни-верситета на Сидни, който каз-ва, че рекламистите винаги са се бояли панически от идеята, че каквото и да е, свързано с по-въз-растните жени, е демое и не отговаря на стремежа към кра-сота. След скандала със 17-го-дишната Дакота Фанинг, която Марк Джейкъбс използва за набо-ковската реклама на парфюма си Oh, Lola!, следващия път той се обърна към екзотичната и вечно разрошена 45-годишна Хелена Бо-нъм Картър.

Ако можем да обобщим, че ча-

рът, естествеността и атрак-тивното излъчване надмогват ослепителната красота дори в модата и козметиката, как тази тенденция се откроява тук (кол-кото и да е абсурдно да правим сравнения с нашия далеч по-малък и лишен от луксозни брангове рекламен пазар)? Въпреки изклю-ченията факт е, че в повечето случаи рекламните лица в българ-ските клипове остават все по-анонимни и незапомнящи се, осо-бено ако се сетим за успешната кампания на кренвиришите Leki от 2005 г., която превърна репли-ката "О, Пени!" в масово обръще-ние, а красивата млада главна ге-роиня София Василева, която сладко заяви "Да! едно кило", стана медийна звезда.

Сега клипът на веригата Нарру например е с изкусителна-та актриса Рагина Кърджилова и актьора Асен Блатечки, но ак-центът там е върху пародийни-те битови образи на Мария Игна-това и Димитър Рачков от тв скечовете. И четиримата участ-ват в ред други кампании на гру-пи марки, така че най-запомня-щите се рекламни лица се оказ-ват просто най-използваните.

Със сигурност в картотекуите на кастинг агенциите, които включват както актьори, така и обикновени хора от всякаква въз-раст, се отличават и впечатля-ващо красиви лица, и чешити, и

“ Чарът, естествеността и атрактивното излъчване надмогват ослепителната красота. ”

pharma



**СЪС СПЕЦИАЛНОТО УЧАСТИЕ НА:
АКТАВИС. АЛКОН. АМДЖЕН. АСТРА ЗЕНЕКА.
ВМА. НОВАРТИС. РЕВИТА. ТЕВА. ЦЕПТЕР.**

Пазарът с лек ръст през 2013 г.

На корпоративно ниво първите шест компании размениха позициите си, разказва г-р Кунчо Трифоноф, управител на българския клон на IMS Health - водещ световен доставчик на пазарни проучвания за фармацевтичната и здравната индустрия

Д-р Трифоноф, каква бе изминалата година за фармацевтичния пазар у нас, запази ли се тенденцията от 2011 г. за ръст?

- Фармацевтичният пазар в България съществено забави своя ръст през миналата година в сравнение с предходната. През 2011 г. тоталният пазар в сектора достигна общ ръст от 12%, докато през 2012 г. - 5,2%. Първи впечатление намалената скорост на растеж на аптекния пазар, увеличението слезе до 3,3%. За разлика от него болничният пазар се разви и отбеляза годишен ръст от 17,3%.

- От какво се обуславя тази промяна?

- Няколко са факторите, които стоят зад тези числа. Първо, по отношение на аптекния пазар, навлизащите нови продукти в Позитивната листа и реимбурсната схема на Здравната каса като цяло са с по-високи цени, насочени са към по-скъпи терапевтични зони и това естествено

води до нарастване на общия разход за лечение. Този процес е противогействан от загубата на патенти на оригинални продукти и навлизането на генерични аналози, които от своя страна намаляват разхода. Фактор, който пък повлия положително на аптекния пазар, бе преместването на редица скъпоструващи продукти от търговата процедура на Министерството на здравеопазването в реимбурсната схема на Здравната каса. Но е очевидно, че факторите, които натискат надолу цените и консумацията, са по-силни. Водещи сред тях са стагнираният ресурс в здравеопазването, който дълги години остава на ниво 4% от БВП, и намалелите пари в брой в населението, което извършва директни покупки. Тази комбинация от позитивни и негативни фактори доведе до крайния резултат за аптекния пазар, а именно общ ръст от 3,3%.

Болничният пазар е интересният феномен, след като шест последователни години - 2010. и 2011.,

показваше отрицателен ръст и намаляваше като стойност. Новият механизъм, който беше въведен през 2012 г. за финансиране на скъпоструващо лечение в болниците - основно по отношение на различни онкологични заболявания, - се оказа успешен. Той доведе до улеснен и най-важното бърз достъп на пациенти до лечение. Така, отговаряйки на нуждите на широка група пациенти за скъпоструващо лечение, се получи ефектът на нарастване на болничния пазар за първи път от няколко години насам.

- Как се отразяват очертаните от Вас тенденции на общия пазар в сегмента на фармацевтичните компании?

- Водещите 10 фармацевтични компании заемат 55% от пазара за 2012 г. срещу 53% за 2011 г. На корпоративно ниво има само едно съществено разместване в лидерската класация и водещата корпорация вече е Novartis, а предишният лидер Actavis е на втора позиция. Това разместване се

“ Водещите 10 фармацевтични компании заемат 55% от пазара. ”

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

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

