

Пари за
събития

Продуктова
канибализация

Офисът
се топи

Корпорация
"Тодес"

ЛЯТО
И ЕМОЦИИ

МЕНИДЖЪРЪ

БРОЙ 6 (164). ЮНИ 2012. ЦЕНА 5 ЛВ. WWW.MANAGER.BG

МЕНИДЖЪР ♥ ПРИРОДАТА

**СПЕЦИАЛНИ
ТЕКСТОВЕ НА
БИЛ КЛИНТЪН
И ДЕЛЯН ДОБРЕВ**

**ЧУЖДЕНЕЦЪТ
КАТО ШИВА**

**БРАНД
ЖУРНАЛИСТИКА**

**ТЕЛЕВИЗИЯ
БЕЗ ТЕЛЕВИЗОР**

**ЕВРОПА ВЕЧЕ
Е ДРУГА**

**ИЗНОСЪТ ЗА
СЪСЕДИТЕ -
МАЛКО, НО
ОТ СЪРЦЕ**

**МАРАТОНЪТ
В СОФИЯ**

**Ираван
Хира**

**ОТ „ЖЮЛЕТ-ПАКАРД“:
НОВАТОРСТВОТО
МЕ ДЪРЖИ БУДЕН**

ТЕМА МОДЕРНАТА ДИСЦИПЛИНА



KENZO



GALDINI

София: ул. Алабин 29 А

The Mall, бул. Цариградско шосе 115

Варна: бул. Княз Борис I 62А

Бургас: Burgas Plaza Mall, партер, ул. Транспортна

За контакти: 02-980 95 25

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

www.biblio.bg



АДРЕС СОФИЯ 1000

УЛ. „ГЕОРГ ВАШИНГТОН“ № 12, ЕТ. 2, 3

ТЕЛ. 02/983 13 05, ФАКС 02/983 13 80

WEB WWW.MANAGER.BG

E-MAIL PRESS@MANAGER.BG

УПРАВИТЕЛ И РЕДАКЦИОНЕН ДИРЕКТОР

МАКСИМ МАЙЕР mmayer@manager.bg

РЕДАКТОРИ

ВЕНЦИСЛАВ САВОВ vsavov@manager.bg

ЗАХАРИНА ВЕЦЕВА zvetseva@manager.bg

МИЛЕНА НИКОЛОВА mnikolova@manager.bg

НАЧО СТРИГУЛЕВ nstrigulev@manager.bg

СВЕТАНА ТОДОРОВА svtodorova@manager.bg

ЦВЕТЕЛИНА ПЕТРОВА tzpetrova@manager.bg

ГЛАВЕН РЕДАКТОР НА WWW.MANAGER.BG

ИРИНА ВЕЛЕВА iveleva@manager.bg

АРТ ДИРЕКТОР ЙОХАН КАРАСОН

ДИРЕКТОР ПРЕДПЕЧАТ И ПРОИЗВОДСТВО

БОРИСЛАВ МИРАЗЧИЙСКИ

ПРЕДПЕЧАТ МИЛЕНА ВЪЛЧИНОВА

ФОТОГРАФ ЮЛИАН ДОНОВ

КОРЕКТОР БОРЯНА АНГЕЛОВА

ДИРЕКТОР РЕКЛАМА И СЪБИТИЯ

РУМЯНА ДОЧЕВА rdocheva@manager.bg

МЕНИДЖЪР РЕКЛАМА

ПЕТЪР ДОБРЕВ pdobrev@manager.bg

КОНСУЛТАНТ РЕКЛАМА

МИЛИЦА МАРИНОВА adv@manager.bg

ПРОДАЖБИ И АБОНАМЕНТ

МАРИН ГЕНОВ

ЦЕНКА ВЛАДИМИРОВА

МАРИЯ ДИМИТРОВА

МАРКЕТИНГ

ЦВЕТА МИЛТЕНОВА tzmiltenova@manager.bg

СЪБИТИЯ

НАДЯ ГЕОРГИЕВА ngeorgieva@manager.bg

ДИРЕКТОР ФИНАНСИ И АДМИНИСТРАЦИЯ

ДЕНИЦА КОЦЕВА

СЧЕТОВОДИТЕЛ ПЕТЯ ОСЕНСКА

ОФИС МЕНИДЖЪР ДИЯНА ГЕОРГИЕВА

СНИМКА НА КОРИЦАТА ДИЛЯН МАРКОВ

ТИРАЖ 12 100



Печат



Списание „Мениджър“ се печата на рециклирана хартия Steinbeis Charisma Silk

ИЗДАВА „МИТ ПРЕС“ ООД,
ЧАСТ ОТ „ВМ ФИНАНС ГРУП“ АД

Кой, ако не ние

Всички ние в някакъв период от живота си вероятно сме искали да бъдем груци - банкери, търговци, строители, ресторантьори, капитани на кораби. Но съдбата по една или друга причина ни е отвела там, където сме сега. Днес, когато прогнозиите за икономиката и потреблението са сиви, изкушението да изпълним някои от мечтите си е голямо.

Съжалявам, че точно аз трябва да го кажа, но не го правете сега. Има сериозен риск, може да се разклати целият ви бизнес.

В кризата най-добре се справят онези компании, които са фокусирани в основната си дейност. Те инвестират всичките си спечелени пари в развитие на продуктите и услугите си. И заемат все по-голям пазарен дял, сочат всички български и световни проучвания.

Това е един от уроците от последните години. И той е свързан с все по-често чуващата се напоследък в общественото говорене гумичка "растеж". В следващите месеци очаквам да бъдат обявени различни гържавни инициативи в тази област.

Но устойчив растеж не се прави от гържавата, а от компаниите. Няма кой груг освен нас да се опита да промени ситуацията в бизнеса. Ако искаме той да се движи по-бързо, ние трябва да му дадем нова скорост, сила и енергия.

Това може да се случи само ако бъдем най-добри в това, в което сме наистина добри.

За мечтите ни ще гоидат по-хубави времена.

Желая ви приятно четене!

МАКСИМ МАЙЕР
редакционен директор

Touareg.

Лятото започва, където искаш ти.



Снимката е илюстративна.

Цена без ДДС: **82 957 лв.**

Touareg V6 3.0TDI BlueMotionTechnology 8AT, 245 к.с.

Стандартно оборудване:

- 4MOTION – перманентно задвижване на четирите колела
- 8AT – осемстепенна автоматична трансмисия
- Въздушно окачване с три режима на работа
- Vi-Xenon фарове, завивачи, с LED дневни светлини
- Двухонален климатроник (Climatronic)
- Радио CD MP3/MP4-плейър "RCD 550" с 8 тонколони
- Вход за външни аудиоизточници AUX IN
- CD-чейнджър за 6 диска
- Мултифункционален централен дисплей (MFA)
- Мултифункционален кожен волан
- Темпомат (GRA)
- Сензор за дъжд
- Авт. затъмняване на огледалото за обратно виждане
- Фарове за мъгла със статично осветление в завой
- Лети джанти "Sonora" 7.5Jx17 със секретни болтове
- Предни и задни ел. стъкла с ел. функция "деца"
- Ел. отопляеми странични огледала с функция "прибиране"
- Централно заключване с дистанционно управление
- Ел. ръчна спирачка с "Auto Hold" (EPB)
- Старт-стоп функция на двигателя
- Система за рекулерация на спирачната енергия
- Електромеханично сервоуправление (Servotronic)
- 6 въздушни възглавници
- Система за разпознаване на умората на водача
- ESP/ABSplus/EBD/TCS/TSS/UCL
- ARP/RBS/BRD/FBS/EBC/HBA/HDA

BLUEMOTION
— TECHNOLOGIES —



Das Auto.

София, Порше София Изток, 02/ 807 34 00, Порше София Юг, 02/ 42 45 000, Пловдив, Хаас-60, 032/ 94 09 92, Варна, Автотрейд, 052/ 57 07 00, Бургас, Вестауто-М, 056/ 87 42 50, Русе, Хоби Кар, 082/ 50 04 94, Стара Загора, Автохит 2000, 042/ 61 60 46, Велико Търново, Автохойс, 062/ 61 57 77, Плевен, Автотехника, 064/ 88 87 98.

Възможност за регистриране като товарен автомобил (N1). Автомобили на склад.
Среден разход на гориво: 9,9 – 7,0 л/100 км. Емисии на CO₂: 239 – 184 г/км.

БРОЙ 6



30 **Тема:** Модерната дисциплина

8 ACCENT

10 Бъдещето на България е светло

14 Делян Добрев:
Икономиката преодоля кризата

18 Потреблението помръдна

20 Бил Клинтън: Трябва ни свят на споделен
просперитет

24 Европа вече е друга

28 Мълчанието на гилгиите

30 **Тема:** Модерната дисциплина

38 MANAGEMENT

40 Ираван Хира:
Новаторството ме гържи буген

48 Чужденецът като Шива

50 В Йейл си говорят на малки имена

54 Любовта в офиса е неизбежна

56 Корпорация "Тогес"

60 Помощ, офисът се топи!



72 Продуктова канибализация

62 Книги

64 Всяко трето домакинство в България има
урег на Indesit Company

66 Хлябът е най-здравословната храна у нас

68 MARKETING

70 Пари за събития

72 Продуктова канибализация

74 В кадър: режисьорът Виктор Чучков

78 AD-ските гуели през Евро-юни

80 Феновете на компанията
ви чакат някъде там

83 MEDIA

84 Телевизия без телевизор

86 Направихме нещо хубаво за страната ни.
Откога не беше ни се случвало

88 Добрина Чешмеджиева в централните
новини

90 Сити Център София -
молът в сърцето на града



88 Добрина Чешмеджиева
в централните новини

БЪРЗ И УМЕН!



Направете ранен абонамент
от **15 юни** до **15 август** с **25%**
отстъпка от коричната цена.
Само за **45 лв.** ще получавате
„Мениджър“ през 2013 г.

МЕНИДЖЪР

АБОНАМЕНТ И ИНФОРМАЦИЯ НА ТЕЛЕФОН: 02/983 13 05

БРОЙ 6



109 Лято и емоции

93 ECONOMY

94 България е с най-висок кредитен рейтинг на Балканите

96 Екип под наем

100 "Банка на годината" е единственият български рейтинг с български награди за български банки

102 Износът за съседите. Малко, но от сърце

104 Лидери за бъдещето

106 "Мусала софт" се сертифицира успешно по ISO 27001

109 ЛЯТО И ЕМОЦИИ

110 По пътя

114 Полет пет звезди

116 България скоро ще бъде сред най-желаните голф дестинации в Европа

118 Изгрев на Крит, залез на Халкидики

122 "В" като бъдеще

125 GLOBUS

126 Властелинът на любопитството



144 Компанията, която превърна химията в индустрия



169 Софийски разкази

130 Шампиони по поршета

132 Маратонът в София

138 SENSE

139 Да почувстваш облекчение

140 Уилям Грант - един човек и неговата мечта

142 SCI-TECH

144 Компанията, която превърна химията в индустрия

148 Облачните приложения грастично намаляват разходите за стартиране на бизнес

150 Бъдещето на домашните забавления

152 Пациентите не заслужават евтино лечение

155 MODERNITY

160 Заслужил артист

164 Има ли хляб за бранд журналисти

168 Оптимална възможност

169 Софийски разкази

170 Комикс

Нашето послание: Бъдещето на България е светло

"Ога на радостта" огласи цялата страна. Мелодията се понесе едновременно в 25 български града и едно село в Деня на Европа. Идеята е на "Мениджър"

Нещо необичайно се случи в слънчевия 9 май тази година. Площадите се оживиха от детски оркестри. Хиляди минавачи спряха и се заслушаха. Местни хора се стекоха в центровете. За момент се почувствахме горди. Малко повече европейци и изпълнени с оптимизъм за бъдещето. Причината бе, че общо 1210 деца в 25 града и едно село, разположени на стотици километри един от друг на картата на България, засвириха "Ога на радостта" на площадите точно в 12 часа на обяд. Поводът бе Денят на Европа.

Инициативата е уникална по рога си. Организира я сп. "Мениджър" с подкрепата на Информационното бюро на Европейския парламент у нас. Към нея се присъединиха десетките общини с готовност и ентузиазъм. От сърце им благодарим! С нашите общи усилия и таланта на децата ние показахме на Европа, че България не е само гетата и Могилино. Тя е много повече от това. Защото бъдещето е в ръцете на прекрасните ѝ деца.

В някои от градовете малки музиканти на 4-5 годинки свириха наред с младежите. Така беше в София. Стандартните бели флаanelки с надписи на инициативата достигаха го коленете на най-малките оркестранти. В други населени места химнът на Европа беше изсвирен с гайди. Или с цигулки. Включиха се мажоретки и се четеха есета. И Смолян се присъедини и стана 25. град, но не с деца. Там свириха професионални музиканти от градския духов оркестър.

Детските състави навсякъде имаха свое собствено очарова-

ние, но бяха обединени от нещо общо - неповторимата празнична атмосфера, която създадоха. Ето как изглеждаше тя в различните градове.

В София близо 100 деца и Градският духов оркестър на столицата изсвириха огата от Деветата симфония на Бетовен пред Народния театър.

Освен насъбралата се многобройна публика, да чуят децата гождоха еврокомисар Кристалина Георгиева и ръководителят на представителството на Европейската комисия у нас Зинаида Златанова. "Ние вярваме в Европа и Европа вярва в нас. Това е основното послание, което страната ни трябва да изпраща към европейците", заяви еврокомисар Георгиева, която аплодира младите таланти от музикалното училище "Любомир Пипков", Първа английска езикова гимназия и Професионалната гимназия по електротехника и автоматика.

20 деца от Средното общообразователно училище по изкуствата изсвириха "Ога на радостта" във Видин под ръководството на диригент Венелин Топчиев. След тях химна на Европа поглед Градският духов оркестър, който подкрепи децата на площад "Бдинци". 12-те музиканти в него бяха ръководени от Биляна Цанова - единствената жена диригент в България.

Под вещото ръководство на диригент Пламен Крумов 40 деца от младежкия духов оркестър от природоматематическата гимназия "Св. Климент Охридски" в Монтана изпълниха огата на площад "Жеравица".

В центъра на Враца празникът протече емоционално. Огата бе-

ше изпълнена от ученическият хор към СОУ "Отец Паули" в съпровождение на духовия оркестър към читалище "Развитие 1869".

Малко по-на юг - в Ботевград, организацията беше мащабна. 130 мажоретки излязоха пред сградата на общината заедно с 20 оркестранти от Младежкия духов оркестър. Момичетата бяха в 6 състава на възраст от 6 до 19 години. Всяко от тях имаше собствена униформа, като най-големите участнички бяха в официални парадни костюми в бяло и червено. Музикантите от духовия оркестър са на възраст между 12 и 30 години. За инициативата те изпълниха специално създадена хореография.

В Плевен в празника се включиха три формации: духовият оркестър към националното училище по изкуствата "Панайот Пипков", в който има 20 деца, Общинският духов оркестър на града с диригент Пламен Марков, в който свирият 25 професионалисти, и детският хор "Звъника" към Центъра за работа с деца в Плевен, чиито малки певци също са 20.

Село Тотлебен в община Поргим, Плевенско, също ни подкрепи. Там 6 деца изсвириха огата пред сградата на общината.

Ловеч участва с невероятен спектакъл на Младежкия духов оркестър и мажоретни състави с ръководител Тотко Рогашки. Празничното дефиле премина през централната градска част. След това, точно в 12 ч., Младежкия духов оркестър изсвири химна на Европа, а след него и химна на България. Пред общината музикантите бяха облечени с флаanelки с надпис "5 години Бъл-

Делян Добрев: Икономиката преодоля кризата

Всички усилия на нашия екип са насочени към това гържавата активно да подпомага малкия и средния бизнес, казва министърът на икономиката, енергетиката и туризма

Господин Добрев, как се справя българската икономика с кризата?

- Българската икономика формално вече е преодоляла кризата. През 2011 г. страната ни отбелязва икономически растеж от 1,7%, но за да почувстваме възстановяването, ни трябва устойчив ръст над 3%. Затова насочваме всички усилия както към привличането на инвестиции, така и към подпомагане развитието на малкия и средния бизнес. Основен инструмент в тази посока е оперативна програма "Конкурентоспособност". Работим активно, за да ускорим процеса на усвояване на наличните 1,160 млрд. евро. Обединихме управляващия орган и междинното звено по програмата, за да оптимизираме процеса и да ускорим плащанията към бенефициентите, създадохме фондове за рискови инвестиции в рамките на инструмента JEREMIE, предвиждаме и нисколихвени кредити за бизнеса.

Много бихме искали да намалим чувствително административната тежест. Както знаете, има такъв план на правителството. Реализацията на мерките в него ще намали с 20% административните разходи на бизнеса.

- Можете ли по-подробно да разкажете какво се прави, за да се улесни процедурата по оперативна програма "Конкурентос-

пособност"?

- Сливането на управляващия орган и междинното звено трябва да доведе до значително съкращаване на сроковете за разплащане с бенефициентите. Експерти от Главна дирекция "Европейски фондове за конкурентоспособност" вече всеки ден от 9 до 17 ч. разясняват стъпките за кандидатстване по програмата и отговарят на въпроси на бенефициенти. Проучваме възможностите за договаряне на допълнителни средства по действащи схеми, за които има голям интерес. Една от тях е за покриване на международно признати стандарти. Така се надявам да спестим време за стартиране на допълнителни процедури за набиране на проекти. Подходихме по този начин и с последната схема за технологична модернизация в малки и средни предприятия. От друга страна, схемите, които показват ниска ефективност и слаб интерес от кандидатите, ще бъдат ревизирани, опростени и стартирани отново. За да постигнем това, за нас е важно и мнението на всички заинтересовани - бизнеса и неговите организации, научните среди.

- Съгласен ли сте с тезата, че България ще излезе от кризата, когато малкият и средният бизнес заработят по-добре? Държавата може ли да им помогне,

или поне как да не им пречи?

- Всички усилия на нашия екип са насочени към това гържавата не само да не пречи, но и активно да подпомага малкия и средния бизнес. Всички споменати досега мерки са в тази посока. Преди за одобряване на един отчет и искане за плащане по оперативната програма бяха необходими 24 подписа. Сега броят им е наполовина по-малък. За да няма дублиране на функциите на отделите, ги съкратихме от 12 на 6. Тези промени ще намалят времето за разплащане с бенефициентите.

- Кои са основните конкурентни предимства на българската икономика?

- На първо място бих подчертал, че дори в условията на криза България продължи да прилага най-ниските данъчни ставки в ЕС. Други предимства са преференциите, които осигуряваме по Закона за насърчаване на инвестициите - помощ при изграждане на инфраструктурата за сертифицираните проекти, нулев данък печалба за инвестиции в общини с висока безработица и ускорено административно обслужване. Полагаме сериозни усилия, за да насърчаваме развитието на отрасли с висока добавена стойност. Имаме добре подготвени кадри за развитие на информационните и комуникационните технологии, фармацевцията, производството на

“ Очакванията ми са за продължаващо възстановяване и растеж на българската икономика. ”

Европа вече е друга

Договорът между Севера и Юга вече е скъсан.

Какво трябва да е поведението на България

За да бъде добре разбрана, кризата на Европейския съюз трябва да бъде осмислена на три основни нива - финанси, институции, идентичност. Преди всичко Европа се сблъсква с криза на публичните финанси. За да функционира Еврорезоната при запазване на фискалния суверенитет на страните членки, е необходимо националните правителства да се придържат към договорени ограничения на бюджетния дефицит и публичния си дълг. След като Пактът за стабилност, регламентиращ тези ограничения, бе разрушен от растящите дефицити и публичните дългове на Южна Европа и Ирландия, под натиска на Берлин и Париж бе договорен т.нар. Фискален пакт - предвиждащ много по-конкретни ограничения на разходите и централизиран контрол от страна на Брюксел върху националния фискал на страните членки. След избора на Франсоа Оланд за президент на Франция параметрите на този пакт отново са предмет на договаряне.

Достатъчно ли е да се наложат нови финансови правила на поведението върху националните столици, за да се преодолее кризата? Едва ли. Финансовата криза е индикатор за блокажа на институционалната система на ЕС. Още преди да се превърне в съюз, Европейската общност се основава върху презумпцията за споделен взаимен интерес. Сближаването на страните и техните интереси прави съюза все по-здрав и ефективен, защото посегателството върху интересите на другия все повече означава удар върху собствения национален интерес. Конструктивисткият принцип за взаимност на интересите доведе до чудотворни резултати в помирението и интеграцията на Европа. На основата на този принцип бе създадена най-ефективната стратегия за модерно демократично развитие в човешката история след присъединяването на Гърция, Испания и Португалия през 80-те години на 20. век. Богатият Север предоставя фондове за развитие на модерната инфраструктура срещу ангажимент на Юга за

институционална и стопанска реформа, въвеждаща единни стандарти на общия пазар и на общото институционално пространство. Югът получава ресурси за развитие. Северът получава гостъп до нови пазари.

Днес този договор за взаимен интерес изглежда непоправимо разстроен - или поне сериозно подкопан. Щедрите структурни фондове на Брюксел доведоха до създаване на големи и паразитни политико-административни олигархии на Юг. Гърция е най-очевидният пример. Гръцката гържава съществува като клиентелитски договор за разпределение на бонуси по йерархията на политико-административната власт. Излишно е да подчертаваме, че тази система изисква все повече и повече пари. Когато структурните фондове се окажат недостатъчни, олигархията взема заеми от финансовите пазари. Кредитът тук е лесен - защото заг Атина стои мощният ЕС.

Макар Гърция да е екстремно пример за безотговорно задлъжняване, несъответствието между потенциала на националната икономика и публичните разходи е характерно за цяла Южна Европа. Вярно е, че общият пазар стимулира износа на качествените немски - северни - стоки и потиска пазарната реализация на южните икономики. Така неформалният контракт между Севера и Юга в прогълтане на дълги години функционира примерно така: "Ние - на Юг - ви даваме свободен гостъп до пазари, вие - на Север - ни давате публични фондове в брой (плюс евтин кредит вследствие на общата валута)". Днес този неформален договор Север - Юг е скъсан. Защо? Има натрупване на причини и обстоятелства, които правят невъзможно неговото понататъшно функциониране.

Важен фактор е голямото разширяване на ЕС на Изток. Ако през 80-те - 90-те години структурните фондове са насочени към три южни страни, днес те трябва да покрият 10-12 нови членки (с още тол-

“ България е силно заинтересована да подкрепя и да бъде застъпник за максимално бързото приемане на останалите балкански страни за членки на Евросъюза. ”

МОДЕРНАТА ДИСЦИПЛИНА

За дисциплината в екипите се пише много по-рядко отколкото за креативността, иновациите, творчеството. Но това в никакъв случай не означава, че нейното значение за успеха на фирмата намалява. Напротив, в 21. век, особено след кризата, се променя цялото управление, включително и на дисциплината. Нейното значение за много компании драстично нараства, развиват се различни практики. За модерната дисциплина, за политиките, които я гарантират, за мотивацията и контрола са нашите следващи страници. Убедени сме, че ще са ви интересни и полезни.

ИРАВАН ХИРА

НОВАТОРСТВОТО

МЕ ДЪРЖИ БУДЕН

Животът става по-добър,
човечеството може да се
саморегулира, твърди
генералният директор на
„Хюлет-Пакард“ в България



Вие очевидно сте човек, на когото му трябва много предизвикателства за работата. Какво е интересното в това, което правите?

- Определено трябва да вложим страст, сърце и душа в това, което правим, за да вървим напред. Хубавото на индустрията, свързана с високите технологии, е, че тя е под постоянен натиск, непрекъснато се развива. Днес нищо не е същото, каквото е било вчера, и никога няма да бъде такава, каквото е днес. Новаторството и динамиката карат човек винаги да бъде нащрек, да се отдава максимално. Това ме гържи буден.

- Конкуренцията вероятно също събужда състезателен инстинкт?

- Разбира се. Високите технологии са интелектуален продукт, в тази индустрия е изключително важно да бъдеш креативен, да начертаеш пътя, да видиш отвъд хоризонта. А това не е лесно. Скоро гъщеря ми ме попита "Какво е бъдещето?" и на мен ми беше трудно да ѝ отговоря. В НР се опитваме да създаваме бъдещето и да вдъхновим хората да вървят към него. Успешните хора определят бъдещето, доверявайки се на интуицията и опита си. Щом веднъж си си го представил, е въпрос на време и подходящи ресурси да го случим.

- А какво е бъдещето? Как отговорихте на гъщеря си?

- Оптимистично, разбира се! Ако погледнем историята на човечеството и се върнем хиляди години назад, сравнявайки с днешното ни състояние - определено развитието означава нещо по-хубаво.

ИРАВАН ХИРА е генерален директор на "Хюлет-Пакард" в България и на "Хюлет-Пакард Глоубъл Деливъри България Център". Той работи в НР от създаването на компанията в страната ни през 1998 г. и заема различни търговски и управленски позиции. Притежава специална експертиза в областта на телекомуникациите и бизнес мениджмънта. За постигнати високи професионални успехи е отличаван два пъти с членство в Клуба на победителите на НР. До избирането му на поста генерален директор г-н Хира изпълнява длъжността търговски директор в НР България. Преди да се присъедини към НР, заема водещи позиции в S&T България. Има магистърска степен по изчислителна техника от Техническия университет в София. Роден е на 13 юни 1968 г. Семейен, с две деца.

- И смятате, че тенденцията продължава?

- Абсолютно съм сигурен. Може би не се развива с тази скорост, с която ние очакваме, и затова понякога губим търпение или увереност, но определено животът става по-добър и открива нови възможности. Вярвам в това и от нас зависи да ускорим това развитие. Убеден съм, че човешката раса независимо от отклоненията знае как да се регулира и в крайна сметка намира правилния път.

- Според мен човешката раса има склонност към самоунищожение.

- Вижте историята през последните 50 години. По време на Студената война сме били на крачка от самоунищожение, но винаги сме успявали да прескочим критичния момент. Да, може би не трябва да си позволяваме да стигаме толкова близо до пропадта, защото понякога е въпрос на случайност дали ще успеем да я прескочим, може би не трябва да играем толкова хазартно. Избирам да

Вярвам в позитивното развитие.

- Динамиката на високите технологии контрастира със засилващата се тенденция към "бабност". Хората все повече предпочитат да намалят скоростта, да са по-натурални.

- Технологиите са продукт на човешкия ум, човешките мечти. Те са произведение на човека, което му позволява по-лесно да осъществява целите си. Преди два века технологиите са били по-скоро опасни за хората, за природата и земята, а днес нещата са коренно различни. Когато хората променят начина си на живот, това променя и технологиите.

- Вярвате силно в силата на човешкия дух?

- Разбира се. И сегашната криза не е нищо друго освен още един повод за саморегулация, която ще ни върне в правия път.

- В какво сме се отклонили?

- Светът преди кризата беше като полулял. Търсеха се резултати на всяка цена. В този свят имаше твърде много безпардонност. Бизнесът не гледаше дългосрочно, беше алчен за големи и бързи печалби, без да се съобразява с последствията и с обкръжаващата го среда, без значение дали това е природа, общество, служители, клиенти или конкурентни компании. Дълбочината на кризата показва колко сме се отклонили. Показва ни, че за да оцелеем, трябва да оценим кои са стойностните неща. Може би, когато стигаме до предела на това, което искаме, забелязваме, че нататък следва пропаст, и тогава или сами се коригираме, или обстоятелствата ще го направят вместо нас. Това се случва и с

"ЖЮЛЕТ-ПАКАРД" (НР) е най-голямата технологична компания в света, която оперира в повече от 170 държави. НР е лидер на ИТ пазара и единствената компания, която предлага на своите клиенти пълната гама от високотехнологични продукти и решения - от персонални устройства, през печатащи системи, до най-мощните центрове за съхранение на данни. "Жюлет-Пакард" предоставя инфраструктура и софтуерни приложения, които са в основата на изграждането на електронни правителства, системи за електронно здравеопазване и системи за сигурност в цял свят.

НР присъства на българския пазар над 40 години, като през 1998 г. откри свое официално търговско представителство в страната. През 2006 г. "Жюлет-Пакард" разшири своето присъствие в България с откриването на Глобален център за отдалечени услуги, който обслужва корпоративни клиенти на компанията от цял свят. Към момента за "Жюлет-Пакард" в страната работят над 4500 служители. Годишният оборот на "Жюлет-Пакард" за 2011 г. възлиза на над 127 млрд. долара. В класацията на Fortune 500 за 2011 г. НР заема 11. позиция.

Приходите от продажби на НР в България бележат ръст от над 50% през последните три години, като през 2011 г. достигнаха 214,4 млн. лева.

През 2011 г. НР получи престижното отличие "Инвеститор на годината" в класацията на Българската агенция за инвестиции, в категорията "Инвеститор в работни места с висока добавена стойност".



5

5 ГОДИНИ РИТЪМ В БИЗНЕСА

МЕНИДЖЪР

на годината 2012

Генерален спонсор:



Консултант: **Deloitte.**

Криейтив партньор:



С подкрепата на:

CHIVAS

FLORINA

Медийни партньори:



more

24 часа

DA



A Team

www.a-team.com



НЕВЪЗМОЖНОТО ЗА ЕДИН
Е ЛЕСНО ЗА ЕКИПА

УСПЯВАМЕ ЗАЕДНО



SOCIETE GENERALE
ЕКСПРЕСБАНК

В кадър: режисьорът Виктор Чучков

Време е идеите в българските реклами да станат по-съвременни, интересни, различни и да разчупват съществуващите стереотипи

Господин Чучков, вие сте познат като режисьор на филма TILT, но снимате и много рекламни клипове. Каква е разликата между снимането на клип и филм?

- Различават се по госта неща, но в същото време и много си приличат. И двете форми имат нужда от добър творчески, продуцентски и снимачен екип. Няма как да се случат без точните и правилно подбрани хора. Първо се различават по скоростта на изпълнение на дадения проект и по бюджетите. Но основното е времето - за един филм трябва месеци или години за работа по сценария, направата на режисьорска книга, подготовка, избор на десетки места за снимки, огромен кастинг. Цялото това нещо отнема много, много време. Рекламите, които обикновено са 30 секунди или 1 минута, се налага да се правят бързо. Но иначе като форма режисура си е режисура - трябва да има режисьор и той да е ниво, за да се справи добре и да се получи качествен продукт. И да извлече максимално от идеята, предложена от рекламната агенция, и от желанието на клиента как да си позиционира продукта според това за какъв таргет е предназначен и как би искал той да изглежда. Всичко това е една съвместна работа между продуцентската компания, която стои от едната страна и изпълнява рекламата, от друга - клиента, и рекламната агенцията, която я измисля.

- Играе ли режисьорът главната роля в процеса на създаването на рекламите, или тя е запазена за клиента?

- Тук нещата зависят от това как ще се постави самият режисьор. Има режисьори по света, които могат да вземат всичко в свои ръце, и неслучайно и рекламните агенции, и клиентите много често си избират конкретни имена, с които биха искали да работят. Така че режисьорът и в рекламата е основна фигура и на никого не му е все едно кой е той. Но като цяло се съобразява с изискванията на продуцент, клиент, агенция. След като разберат каква е основната идея, режисьорът и неговият екип - оператор и художник, трябва да пренесат тази

идея на екран по възможно най-адекватния начин. Много често в движение хрумват още по-добри идеи и това става, когато започне да се говори за конкретни лица, конкретни локации, за начин на снимане. Това е както и в един филм - всяко нещо се обогатява непрекъснато. Първо имаш една идея, един сценарий, след това има т.нар. аниматикс - разгънат сториборд, след това всичко преминава в ръцете на режисьора и на снимачния екип. Но режисьорът участва на всеки един етап от проекта - от момента на представянето на идеята до крайната реализация. Да, нещата се случват по-бързо от киното, но всичко се прави по същия професионален начин. Просто е за по-кратко време. За една реклама ти трябва една или две, или най-много три локации, докато за един филм трябва около 50-60. Но бързината и скоростта не са за сметка на рекламата. Просто мащабът е много по-малък.

На мен лично рекламните са ми изключително интересни, защото са кратки форми, в които всеки път се сблъскваш с различна идея, която изисква различна реализация, различен подход, места, на които не си снимал, или специални ефекти, до които не си имал възможност да се докоснеш. И колкото е по-сложна една реклама, толкова ми е по-интересна и повече ме провокира.

- Кое е по-важно в рекламния клип - идеята или визуалният ефект?

- Зависи от продукта. Аз смятам, че идеята е по-важна, но винаги трябва да е подкрепена с интересна визия. Т.е. дори и да ни изглежда, че някой клип е сниман от домашна камера и съвсем любителски, това в хубавите реклами е мислено нарочно да бъде така. Но нещата са кантар. Има реклами, за които е по-важна визията.

- Какво търсят клиентите в момента? Има ли някакви актуални тенденции, които се налагат на рекламния пазар?


- Не мога да кажа, че в България наблюдавам някакви особени тенденции, че нещо е модерно и

“ От 30 хил. до 50 хил. евро е средната цена за заснемането на качествен клип. ”

ЗЕЛЕНАТА КУЛТУРА НА УСТОЙЧИВО ПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОДУКТИ УСЛУГИ НАЦИЯТА



МЕНИДЖЪР.

a company of  VM FINANCE GROUP

ЮНИ 2012 г., София
на зелен килим пред музея „Земята и хората“

Релакс или сватбата на мечтите,
лукс и уют на две съвсем различни,
но еднакво магнетични места -
Danai Beach Resort и Blue Palace



Ресторант Sea Horse Grill в Danai - изискана вечеря с морето

Изгрев на Крит, залез на Халкидики

Ще останете само една вечер? Това не стига, никак не стига, недоволства Йоргос, докато бърка поредните шотовете. Или мохито - няма значение, цар е и на двете.

Дошъл в Danai Beach Resort на Халкидики от Лас Вегас. Барман от класа. Не мога да му откажа, въпреки че на другата сутрин сигурно ще ме боли главата. Трудно откъсвам поглед от ловките движения, с които приготвя следващия тур, но си заслужава.

Защото от другата страна, на 30 метра, е морето - синьо-зелено, прозрачно, кротко като огледало, с уникален плаж. Егейско море около Халкидическия полуостров - уж навсякъде е еднакво, но не съвсем. Тези 300 метра бял пясък, отсечени от скали с огромни пинии, са като извадени от галерия. Сякаш стъпвам по картина, изрисувана от стар майстор.

Човек може лесно да подмине голямата бяла врата на Danai, скриваща всичко зад себе си и в същото време привличаща и гостоприемна, малко преди Никити, на Ситония, средния ръкав на Халкидики. Но ще има за какво да съжалява. Това тук

не прилича на хотел. Не се и казва хотел. Чувствам се едновременно като у дома си и в изящен музей. Дори от ъгъла на банята ме гледа древногръцко мраморно лице. Да не говорим за стените, по които висят уникални - във всичките 61 стаи и апартаменти на Danai Beach Resort картините са оригинални и различни. А мраморът - о, да, той е навсякъде - стъпвам по него, пръскам го, докато излизам от ваната, не го и забелязвам, докато отпивам глътка шампанско с плодове за добре дошла на терасата с приказна гледка към морето - иначе част от рецепцията.

Не само художествените произведения са различни -

тук няма две еднакви стаи, казва с най-широката си усмивка Кимон Рифенцал, собственик и управител на Danai. Чаровен, романтичен, изискан - и в същото време най-земният мениджър, когото мога да си представя. Ще го видите да разговаря с всеки гост като с пръв приятел. Да прибира маркучи, да готви в кухнята. А вечер целият в бяло превръща - заедно с Йоргос - часовете в крайбрежния бар в част от неизтритата биография на всеки гост.

Това кътче на Ситония

преди повече от 30 години избрала майка му Danai, четото име носи комплексът. Построили вила със съпруга си Ото, който между другото е племенник на известната фотографка и режисьорка Лени Ри-

МАРАТОНЪТ В СОФИЯ

"Мениджър" подкрепя идеята да бъде възстановено едно от най-големите спортни събития в столицата, да е в центъра на града, като обикаля основните забележителности, и да е 42,195 км



Защо желанието да има качествен софийски маратон е толкова важно за чисто новия клуб "Бегач", кои са те, за какво се борят и как всъщност всички ще спечелим накрая

ЛЕГЕНДАТА ЗА МАРАТОН

Разстоянието между Маратон, където е била битката на атиняните с персите, и Атина е 42 км. Толкова е било трасето и през първите три олимпийски игри. В Лондон финалът е бил, където е сега пред фонтана на Бъкингамския дворец, но от другата страна. 195 метра преди двореца. По това време е и първият конгрес на Световната федерация по лека атлетика и кралицата вижда сутринта финала на 195 метра от двореца. Тя иска бегачите да финишират точно до двореца и тогава Световната организация приема 42,195 км. А легендата е, че Фигиниц е пробягал тези километри, за да съобщи за победата на гърците над Дарий. Казал "Рагвайте се, победихме" и издъхнал. Но това е само част от легендата. В гревността 42 километра не са били никакъв проблем да се пробягат, неслучайно е имало бързоходци, а не конеходци. Конете тичат тези 42 км по-бавно, отколкото човекът. В момента има маратон кон срещу човек и конете нямат по-добро време от 2 часа и 15 минути. А пък всички кенийци бягат под 2 часа. Да не говорим за по-голям разстояния, където конете съвсем не стават.

Единствената страна на медала

Единствената европейска столица, в която не се провежда международно признат маратон, е София. Наред с всичко останало, което липсва на любимата ни страна, това изглежда нормално за все по-малко хора и поради все повече причини.

Как се стигна гомук

Много лесно - маргинализирането на спорта като обществена проява, все по-малкото внимание, което се отделя на физическата активност в училищата през последните минимум 20 години, непрестанното натякване, че няма пари за съществуване, пък за спорт какво остава, са едни от причините. Паралелно водещите се битки за обществени каузи като велоалеи, чисти паркове, спортни зали за професионалисти и аматьори и още куп иначе съвсем нормални желания и нужди на градския човек се погълнаха от общественото мнение, смесиха се и гнес всичко това звучи в един глас. Какво остава за софийския маратон? Нищо. Не съществува. Последните три години сложиха началото на края. През 2009 г. най-голямата гистанция в репертоара му е 25,300 км, събитието липсва от календара на Българската федерация по лека атлетика, а датата е променена малко преди състезанието. Стартият и финалът са на националния стадион "Васил Левски", трасето трябва да се пробяга няколко пъти. През 2010 г. обявената най-голямата гистанция е 25 км, която впоследствие се оказва 23 км и нещо, маршрутът е друг и започва от НСА в Студентски град, остава си там, а трасето трябва да се пробяга няколко пъти. Оправданието за липсата на класическите 42,195 км е с ремонтите по улиците и липсата на награден фонд. През 2011 г. датата е обявена, месец преди това Българската федерация по лека атлетика лаконично съобщава на сайта си, че такова нещо като софийски маратон няма да има.

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

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

