

Кой печели и кой губи от протестите

Особености на българската олигархия

Малки и яростни агенции

ЕЛЕКТРОНЕН
ПОРТФЕЙЛ

МЕНЕДЖЪРЪТ

БРОЙ 8 (178), АВГУСТ 2013. ЦЕНА 5 ЛВ.

WWW.MANAGER.BG

МЕНИДЖЪР ♥ ПРИРОДАТА

**ЛЕГЕНДИТЕ
ЗА ЗАПЛАТИТЕ В
ИТ СЕ ОКАЗАХА
ВЕРНИ**

**ВИОЛИНА МАРИНОВА
ЗА ЖИВЕЦА,
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТА
И РАБОТАТА, КОЯТО
ОБИЧАШ**

Марио Захариев

**ОТ "ФЕЪРПЛЕЙ
ИНТЕРНЕТЪНЪЛ":**

**Никому не предлагам
нещо, което не бих
приел за себе си**



9 771311 213007 08

ТЕМА БЪЛГАРИ НА НЯКОЛКО МОРЕТА

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

www.biblio.bg



БРОЙ 8



34 **Тема** Българи на няколко морета

10 АСЦЕНТ

12 Кои печели и кои губи от протестите

14 Рекордно много участници
в "Мениджър на годината"

28 Корупцията е най-сериозна заплаха
за България. Много по-реална от тероризма

30 Провалът на интелигенцията

32 Истината е много по-изобретателна
от цензурата

34 **ТЕМА** Българи на няколко морета

42 MANAGEMENT

46 **Марио Захариев:** Никому не предлагам
нещо, което не бих приел за себе си

52 Легендите за заплатите
в ИТ се оказаха верни

54 Организационен отпуск



78 Домашните
любимци



88 Индустрии за трилиони

56 **Виолена Маринова:** Ако работиш това,
което обичаш, животът е по-лек

60 Аристократите на бизнеса

64 Лято в града

66 MARKETING

68 Малки и яростни агенции

72 Безсмъртието на рисуваните герои

76 Не се поддавай на обичайното

78 Домашните любимци

80 AVE FARA!

81 ECONOMY

82 Накрая остават само двама

84 10 еднакви въпроса към чуждите
мениджъри

88 Индустрии за трилиони

БРОЙ 8



102 Безплатно плащане на сметки

90 Коктейл за 26 000 долара в Сингапур

93 ВВП Парижа става основен онлайн участник в дигиталния сектор

95 **ЕЛЕКТРОНЕН ПОРТФЕЙЛ**

96 Революция в плащанията

100 Безплатно плащане на сметки

101 Сигурността е на първо място

102 Умно пазаруване

105 **GLOBUS**

106 Как любовта на Томас Джеферсън към Париж предизвика катастрофата във Фукушима

109 **ГРАДЪТ НА БЪДЕЩЕТО**

110 Оптимистични хроники

112 Виена отива много напред



118 Особенности на българската олигархия



124 Кратка история на слаголеда

114 Топлофикацията утре - Все по-модерни технологии и ниски разходи

116 **SENSE**

117 Ако метърът беше човек

118 Особенности на българската олигархия

123 **SCI-TECH**

124 Кратка история на слаголеда

128 Истинска стойност за потребителите

129 **MODERNITY**

135 Рекламно момче

138 Горещият списък

142 Почукай, за да се освободиш от миналото

144 Софийски разкази

146 Комикс

Кой печели и кой губи от протестите

Или как различните индустрии реагират на политическата ситуация

Бизнесът иска стабилност - звучи вече банално. Както и "политическата промяна плаши инвеститорите". Разбира се, те са основани на относително очевидния факт, че всяка непредвидимост, която може да повлияе на стопанските операции, е нежелана. Тя съответно предполага очакване за повече печалби, които да я компенсират. Така неслучайно утвърдени консервативни корпорации принципно избягват да навлизат на нови и неустановени пазари, като предпочитат развите в институционално отношение страни. Обратно, предприемачи с афинитет към риска оперират в нестабилни територии, като очакват при успех съответните високи печалби.

Политическа несигурност ли е случващото се в България и валидна ли е тази теория и у нас? От началото на тази година имахме масови протести, оставка на правителство, служебно правителство за 2 месеца, после избори, ново правителство, пак масови протести с искания за оставка. В определена степен това може да се разглежда като политическа несигурност. В същото време изборите и смяната на правителствата са част от демократичния процес във всички страни. От друга страна, далеч по-важно е доколко политическата промяна води до институционална нестабилност, влияеща на работата на стопанските играчи и решенията на потенциалните инвеститори.

Накратко, има сектори в икономиката, които се влияят по-силно от други в такава ситуация. Нека първо разгледаме ефектите върху дейността на вече установените и работещи предприятия.

Най-пряко засегнати са тези компании, чиято дейност разчита на финансиране от гържавата, определено със силна доза субективизъм. Това са типични услуги, пряко обслужващи управляващите на момента - и съвсем логично е при смяна на изпълнителната власт да се сменят съответните доставчици. Но това са относително малки за мащабите на икономиката дейности и при тях има своеобразна гуалност - при едни печелят, при други губят.

На следващо място са бизнесите, които работят с публично финансиране, но доставят на конкурентни (в общия случай) принципи стоки и услуги, най-често - дългосрочно. Такива са например строителите, доставчиците на лекарства, изпълняващите социални и образователни услуги, финансираните

по европроекти. Доколкото и за тях има риск да загубят поръчки при политически промени, по-непосредственият ефект е разстройването на работата на администрацията. Така например честата смяна на управляващите може да остави вакуум в администрацията - да се стигне буквално до ситуация, в която няма кой да разпише плащането. Подобен ефект има и смяната на ключови експерти - т.е. затруднява се комуникацията, когато такава се налага. В средносрочен план тези сектори може да пострадат дори само заради забавяне на работата на администрацията - например, ако се отложи вземането на решение по нови схеми по еврофондове или ако проектирането на инфраструктурни обекти се случи с няколко месеца по-късно. В такъв случай става въпрос за празни, мъртви периоди.

Горните проблеми имат временен характер, т.е. те забавят стопанската активност единствено по време на периода на нестабилност. Съвсем реалистично е обаче политическата промяна да води след себе си различни по философия и приложение действия - което би означавало промяна в насоката и на чина на харчене на публични средства. Например може да се извърши смяна на приоритетите от инвестиции в шосеен към жп транспорт или промяна на количеството и разпределението на разходите за лекарства, или могола на ценообразуване в енергетиката. Непредвидимостта на политиката кара бизнесът да инвестира по-малко, тъй като има по-къс хоризонт за планиране. Същевременно в тези сектори се наемат хора изключително предпазливо.

За голяма част от домакинствата политическите процеси не водят до промени в поведението, но все пак за някои по-предпазливо нестабилността е фактор за потреблението. Ако има страх, особено свързан със сигурността на работното място или пък бъдещи цени на тока и парното, покупките на стоки за дълготрайна употреба (наречани от мнозина стоки на лукса) се отлагат. Същевременно дори самото участие в протести променя за определен период ежедневието навици - например блокираните кръстовища мотивират повече хора да ходят пеш или пък да прекарват времето си на протеста вместо в ресторант или бар. Съответно това намалява оборотите на предлагащите такива услуги. Пътуванията извън населените места също намаляват в такава ситуация.

Все пак традиционно контрацикличните производства почти не се влияят от несигурността. Такива са например производствата на храни и напитки, медикаменти, енергия, базови телекомуникационни услуги. Да не забравяме, че при тях дори в най-тежките месеци, последвали глобалната финансова криза през 2009-2010 г., не отчитахме спад.

Същевременно секторите, насочени към външни пазари, засега не показват никакви признаци да се влияят от положението в страната. Липсват данни за последните 2 месеца, но доколкото протестите имаше и през зимата, видяхме, че ръстът на експорта в индустрията дори леко се засили. Между впрочем протестите съвпадат по време с първото по-сериозно съживяване на общата инвестиционна и производствена активност, както и със стопирането на свиването на заетостта от началото на кризата - но това е друга тема. Виждаме, че т.нар. лека

тема

БЪЛГАРИ НА НЯКОЛКО МОРЕТА



Къде са българите? Защо всяка година се отдалечават все повече и повече от нашето Черноморие? Какво ги влече на други места? Невероятна природа? Да, със сигурност. Но не само. Несравнимо е обслужването, с което някъде далеч от тук се чувстваш уважаван човек. Освен това, колкото и невероятно да звучи, в България няма туристически продукт за българи, има само за чужденци. Не е ли това твърде недалновидно за туризма и за икономиката ни? Още - в следващите страници.



Лятото на нашето бягство

Образованието и културата на живот са сред причините нещата в страната да не се случват. Включително и в туризма



Кампанията на Тайван е дело на британската агенция Winkreative, която прави целта туристически имидж на страната. Какво ли би се случило, ако България също избере такава и ѝ възложи цялата реклама на България?



The Heart of Cycling

Taiwan THE HEART OF ASIA

Тайван инвестира във велотуризм

Сигурно не знаете, но български компании изнасят велосипеди за над 120 млн. лева годишно. Това не би трябвало да има конкретна връзка с туристическата ни индустрия, но би могло и да има. Ще кажете - поредната ненужна идея за възраждане на позамрелия български туризъм. Сега велотуризм ли ще правим? Нали доскоро надеждите бяха в т.нар. селски туризъм?

Аналогията може да бъде и друга. Например липса на визия и пропуснати възможности.

Да разгледаме една друга гържава. Става дума за Тайван. Интересна островна страна със субтропичен климат, наситена с планини и добри пътища, които позволяват да бъде разглеждана по всякакъв начин - пеша, с колело, със скутер, с автомобил. Впрочем Тайван е производител на велосипеди от най-висока класа. Едни от най-добрите и качествени модели се правят там и да имах велосипед от Тайван не е като да имах евтина стока от съседен Китай. Компанията Merida идва като първи и най-подходящ пример (не че аз имам такъв велосипед, какво да се прави, случайност). Заради въведените защитни мерки срещу производителите от Азия подобни велосипеди се срещат все по-малко в Европа. Но важното тук е друго - Тайван, подобно на България, произвежда огромно количество велосипеди, съотнесени към мащабите ѝ.

Тайван е малка страна, както стана ясно, но твърде лобопитен туристически пример, въпреки че не е толкова забележима на световния туристически пазар. Трябва да признаем, че отидох там именно заради брошура за велосипеден туризъм, която ми попадна. Дума да няма - не съм си представял, че ще яхна велосипед и ще обиколя острова, но тази малка книжка беше направена толкова умно и толкова добре, че веднага събуди сентимента ми за пътуване. В 36 страници този Taiwan Travel Guide наистина подтиква да отидеш в страната - красиви карти, отлични графични илюстрации, умно написан текст, прекрасно качество. Разпределена по начин, който трудно ще бъде приет за българска брошура, сигурен съм в това - акцентът тук е върху бизнес, медии, шопинг, храна, улична култура, спорт и велосипеди. Т.нар. Taiwan Cycling Festival привлича всяка есен по 100 хил. души тайванци и чужденци. Те отиват в Тайван, за да карат.

Разбира се, всичко е и гържавна политика. Държавата е решила да готви производителите на велосипеди. Изгражда автомобилни пътища извън градовете с велоленти. И промотира Тайван по умен начин.

Инвестициите в допълнителни инициативи (тип селски, вело- и всякакъв друг туризъм) може да се смятат като преждевременно бягство от основните видове за България - морски и ски туризъм. Какво ни е на морето, че трябва да развиваме велотуризм, за да привлечаме посетители? Какво ни е на планините, че трябва да развиваме селски планински туризъм, за да спасим ски курортите?

Когато от "Мениджър" ми предложиха да напиша материал за туризма в България и невъзможността на летните курорти да привлечат български туристи, първоначално се обърках. Трябва да признаем, че освен епизодични посещения на северни чер-

МАРИО ЗАХАРИЕВ:
НИКОМУ НЕ
ПРЕДЛАГАМ
НЕЩО,
КОЕТО НЕ
БИХ ПРИЕЛ
ЗА СЕБЕ СИ

Развитието и на обществото,
и на пазара у нас много се забави,
казва собственикът на
"ФеърПлей Интернешънъл"



Сигурно сте чували изреча, че истинският мъж трябва в живота си да посади гърбо, да построи къща и да отгледа дете. Какво ще добавите към тази фраза?

- Чувам съм и я харесвам. След всеки е добре да остане нещо. Аз и заради това се гордея с моята

работа, защото се вижда какво остава. Тази година компанията ни навършва 20 години и като гледам сградите, които сме строили преди 18 години, се радвам много, защото те продължават да изглеждат добре. Времето е най-големият критерий за качеството на нашата работа. Важен принцип за мен е никога да не предлагам нещо, което не бих приел за себе си.

Нашите комплекси са потънали в зеленина, така че, може да се каже, че съм изпълнил и условието с гървото. Вилите в селището "Санта Марина" край Созопол са кръстени на гървета.

Истинският мъж не се страхува да отгледа 1, 2 или 3 деца и винаги се радва много на съпругата си. Може да съдите за него по това как изглежда тя. В моя случай съпругата ми е и мой съдружник в бизнеса още от първия ден.

- Защо решихте да се занимавате с предприемачество?

- Много, много отдавна си мисля за строителство. В края на 70-те години, когато ни отчуждиха къщата, ни дадоха два апартамента. Единия веднага замених за парцел, за да строя къща.

А в началото на 90-те години това беше отлична възможност да се започне бизнес с много малко капитал. Тогава не купувахме парцелите, а обезщетявахме собствениците. Освен това имаше голям глад за жилища. По-късно направихме по-дългосрочни инвестиции и се отдадохме на управлението

им. Говоря за хотели и апартаментхауси. Това са апартаменти, които се отдават за дългосрочно ползване, с всички услуги на 3- и 4-звездни хотели. На човека, обитаващ такъв апартамент, нищо не му липсва. И досега успешно се занимаваме с това, въпреки че в кризата се наложи да продадем няколко от апартаментните къщи.

- Оказа се, че кризата е по-устойчива от нашите планове за нея?

- За съжаление, кризата не свършва. Тя ни заваря в госта ентусиазирано състояние. В момента не правим собствени инвестиции, тъй като не знаем накъде ще отиде пазарът. Аз не обичам да се гвижа срещу пазара, това е голяма грешка. Като по-малка фирма бързо се нагаждаме и влизаме в пазарните ниши. Това е нашият успешен модел. Но независимо от кризата винаги се стараем да работим за нашия бранш, да запазим престижа на марката. Всъщност ние станяхме строители, защото не се доверихме на никого да строи нашите проекти. Имаме много високи стандарти и задължително ги спазваме.

- А имате ли сигурност какво ще се случи утре? Как прогнозируете пазара?

- Аз живях госта години в Полша, между 1986 и 1992 г. Като се върнах, смятах, че знам какво ще се случва през следващите 5 години. Защото си представях, че ще повторим техния преход. За съжаление, нищо такова не се случи. При нас нещата се случват с 10-15 години закъснение. Имах иновативни опити за строителство на комплекси и по-различни за времето си сгради с повече услуги, които бяха успешни, но не чак така, както си представях. Просто развитието и на пазара, и на обществото тук много се забави. Днес криза има и в Гърция, Испания, Португалия, Италия, но такова чудо като кризата в България никъде не съществува. И по отношение на производството, и по отношение на потреблението.

- Че има ли сериозно производство в България? Ние предлагаме най-вече услуги.

- И в областта на услугите има какво да се желае. Сега се например, че в столицата няма почти никакви забавления за децата. Липсва воден парк, хубав атракцион... Вих направил нещо в този смисъл. Имам идеи в главата си. А относно производството, без чужди инвеститори, които имат ноу-хау, пазари и капитали, няма как да се случи.

- А защо не идват? Нали имаме най-ниските данъци в Европа.

- Според мен проблемът е, че правилата в България не са административно регулирани. Както са съкратени данъците, така има и немалко косвени плащания. Казваме, че е евтина работната ръка, но същевременно тя не е толкова квалифицирана. Чел съм статистика, според която през 90-те го-

“ Държа да работя с прагматични хора. В предприемачеството няма място за артисти. ”



НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

НОВИ МАГИСТЪРСКИ ПРОГРАМИ 2013/2014 ГОДИНА

- Журналистика 3.0 (онлайн преса, радио и телевизия)
- Информационни системи в здравеопазването
- Киберсигурност
- Международни бизнес комуникации (английски език)
- Международни отношения и публично управление (френски език)
- Плакат и комуникативен дизайн
- Социална работа
- Средиземноморският свят: Елада, Рим и Древният Близък изток
- Стратегическо лидерство (български или английски език)
- Сценичен дизайн и медии
- Театрално изкуство и общество
- Управление на връзки с обществеността



Библиотека

Арт Център

www.nbu.bg



За академичната 2013/2014 година НБУ предлага обучение в над 90 магистърски програми с редовна и дистанционна форма на обучение, както и в 30 докторски програми.

ENGLISH AND FRENCH THOUGHT MASTER PROGRAMS

- American and British Studies. Comparative Research
- Embedded Systems
- Design of electronic editions and Web site – DLP*
- Cognitive Science
- International Business Communications
- International Relations and Public Governance
- Music Performance
- Strategic Leadership
- Human Resources Management and Development
- Human Resources Management and Development–DLP*
- Tourism Management

*DLP – Distance Learning Programs



Театър

Галерия

Музей



Повече информация за магистърските и докторски програми: тел. 02 8110133; 02 8110142, master@nbu.bg



ИЗПРАТИ СМС С ЦИФРА
„2” ИЛИ „5” НА 1021
И СТАНИ БЛАГОДЕТЕЛ
С МЕСЕЧНИ ДАРЕНИЯ
КЪМ УНИЦЕФ



С изпращане на СМС с цифра „2” или „5” към 1021 се регистрираш за програма БЛАГОДЕТЕЛ чрез автоматични месечни дарения през мобилния си телефон. Текстът на СМС-а отговаря на стойността и цената на месечното ти дарение за всички мобилни оператори. ДДС не се дължи. Общите условия са на www.unicef.bg.

ВСЯКО ДЕТЕ ИМА ПРАВО
НА ЩАСТЛИВО ДЕТСТВО

unicef 

електронен портфейл



**МОБИЛНИ ПРИЛОЖЕНИЯ.
ОНЛАЙН БАНКИРАНЕ. ПЛАЩАНИЯ ПРЕЗ
ТЕЛЕФОНА. ЗАЩИТА НА ПАРОЛИТЕ.**

Революция в плащанията

Мобилните телефони вече се превръщат в сериозен конкурент на банковите карти. Секторът на алтернативните разплащания се готви за скок през следващите няколко години, а един от лидерите на този пазар - PayPal - вече обяви интереса си към предоставянето на парични преводи в... Космоса. Добре дошли в динамичния свят на електронните платежни услуги



Един от най-големите оператори на платежни услуги през клетъчен телефон в Африка - M-PESA - предлага възможност за плащане на сметки, заплати, банкови услуги и дори международни преводи

Едва ли много хора в България знаят, че в държава като Кения, Зимбабве и Нигерия услугите за мобилни разплащания са значително по-добре развити, отколкото например у нас. Показателно е, че един от най-големите оператори на платежни услуги през клетъчен телефон в Африка - M-PESA, който съществува от 2007 г., вече има 15 млн. потребители, на които предлага възможност за плащане на сметки, заплати, банкови услуги и дори международни преводи. Броят на всички клетъчни потребители на континента според Световната GSM асоциация се е увеличил от 2 млн. през 1998 г. до 400 млн. през 2009 г. Като прибавим и слабо разпространение на банкови услуги, офиси и банкомати, това обяснява защо плащанията през мобилен телефон са така добре развити в региона.

Тенденция, която ясно показва, че в динамичния сектор на алтернативните платежни услуги традиционните правила и очаквания често не играят. Всъщност електронните разплащания са добър пример за начина, по който новите технологии демократизират достъпа до услуги, позволяват на икономически по-изостанали региони да спечелят от липсата на ключови инфраструктури и да въведат направо следващото поколение услуги.

В Швеция, Германия, САЩ и Япония цяла нова вълна от стартъпи развива безконтактни плащания на база на новия стандарт за пренос на данни на близки разстояния NFC (Near Field Communications). А един от водещите играчи при електронните платежни услуги -



PayTango залага на биометричните данни, за да обезпечи извършването на надеждни и сигурни разплащания

PayPal - стигна гори по-далеч, обявявайки преди около месец плановете си да предложи разплащания в... Космоса. Новата услуга PayPal Galactic на компанията има за цел да отговори на съществуващата гори днес необходимост от платежни услуги в орбита - астронавтите в Международната космическа станция ще могат да си купват електронни книги и музика, както и да плащат сметки на Земята. С нарастването на броя на космическите проекти и включването на повече държави и корпорации в усвояването на Космоса вероятно тази нужда ще нараства. Затова и от PayPal са се заели сериозно да разучават това неизследвано от гледна точка на разплащанията поле, както и свързаните с него нови аспекти в сферата на банкирането, управлението на риска, защитата от измами и финансовите регулации. За целта компанията вече е успяла да организира международен тръст от учени, включващ представители на SETI Institute и Обществото за космически туризъм.

PayPal вече веднъж промени света на разплащанията на Земята, а днес нова вълна от стартираци фирми като Square и iZettle е на път да направи това отново, позволявайки ни да извършваме плащания навсякъде и по всяко време чрез просто доближаване на мобилните ни телефони до NFC тагове и дори чрез използване на биометрични данни като пръстов отпечатък или разпознаване на лица.

Повечето аналитични компании са единодушни, че през следващите няколко години предстои да видим много силен ръст при най-популярните типове алтернативни разплащания. До 2015 г. се очаква техният дял в електронната търговия да надвиши този на картите разплащания, сочи



Новата услуга PayPal Galactic предлага на астронавтите в Международната космическа станция да си купват електронни книги и музика, както и да плащат своите сметки на Земята

проучване на WorldPay. В момента лидер при този начин на плащания при онлайн продажбите е Германия, където дялът им от всички електронни продажби е надминал 60%. Сред останалите бързо развиващи се по този показател страни са Китай, Индия, Австрия и Холандия.

По данни на IDC до 2017 г. само мобилните разплащания ще достигнат 1 трилион долара в целия свят. Според аналитичната компания Nilson пък през 2012 г. 47% от собствениците на смартфони са използвали някакво приложение за мобилни продажби, а 45 млн. потребители са направили това средно по 17 пъти месечно. Сред основните причини за бързото развитие на сектора е ръстът на пазара на смартфони и таблети, както и

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

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

