



НОЕМВРИ 2022

ЛИК

15 ГОДИНИ МЕНИДЖЪР НА ГОДИНАТА



LIK@BTA.BG

ИЗДАНИЕ НА БТА ЗА ЛИТЕРАТУРА, ИЗКУСТВО И КУЛТУРА, ГОДИНА LVII

WWW.BTA.BG



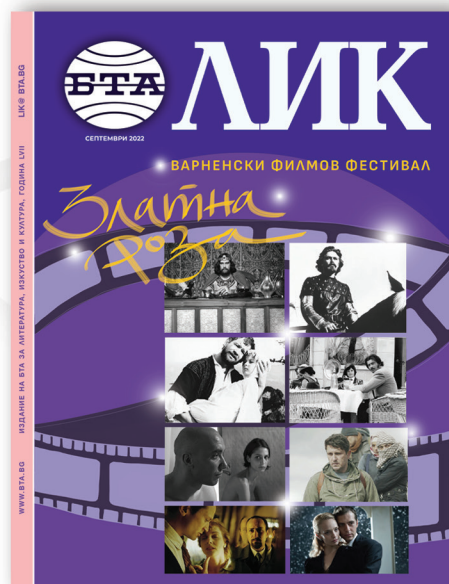
Цена 5 лв.



ЮЛИ



АВГУСТ



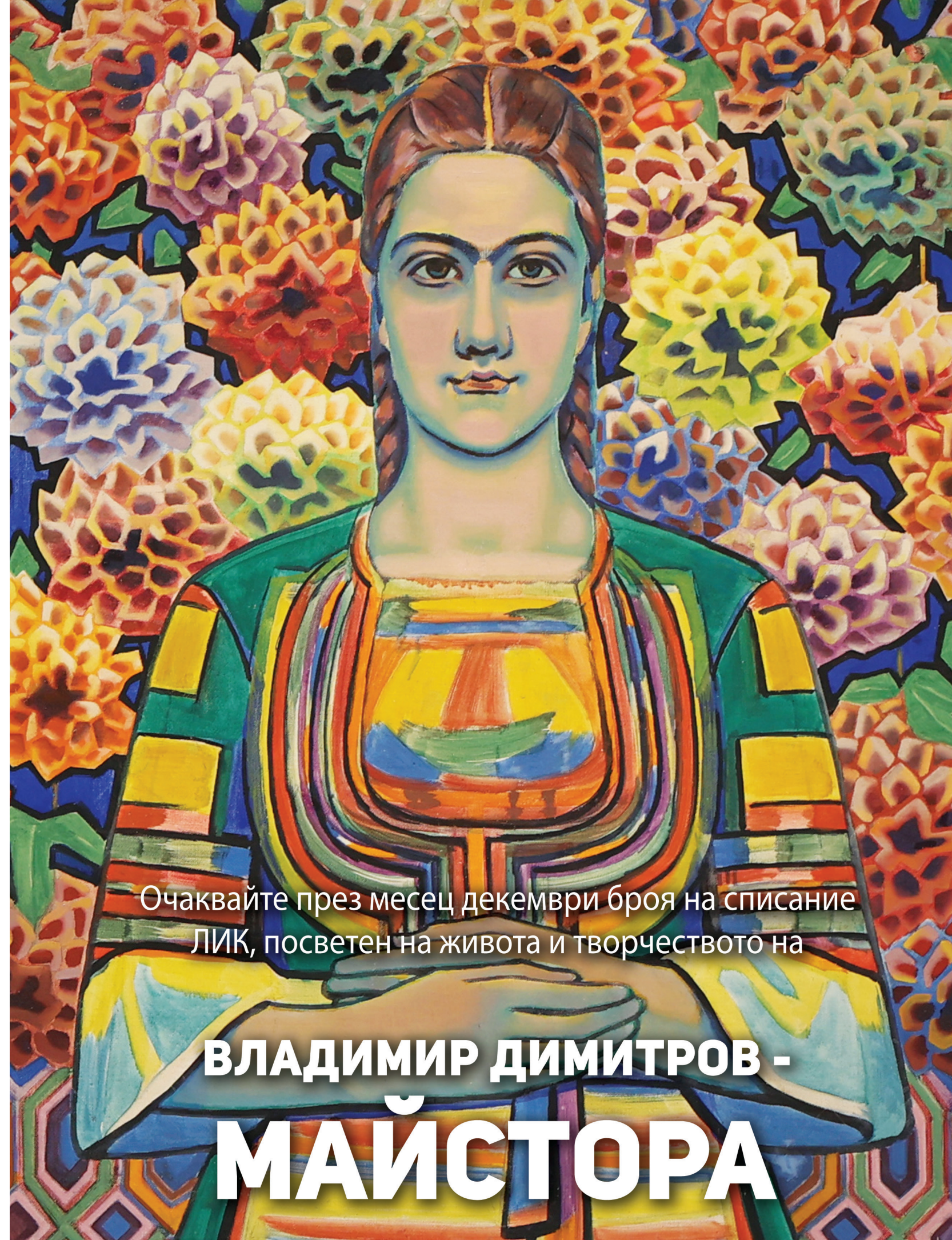
СЕПТЕМВРИ



ОКТОМВРИ

Литература Изкуство Култура

ЛИК



Очаквайте през месец декември броя на списание
ЛИК, посветен на живота и творчеството на

ВЛАДИМИР ДИМИТРОВ -
МАЙСТОРА

Съдържание

6



"Мениджър на годината 2022"

2 стр. Културата създава и промотира големите идеи,
бизнесът ги осмисля и прилага

6 стр. Весислава Антонова, главен редактор на списание „Мениджър“:

Съзнанието на твореца трябва да бъде свободно,
за да прави това, в което е най-добър

14 стр. Конкурсят „Мениджър на годината“ в архива на БТА
Финалистите през 2022 година:

44 стр. Антония Събева, „Мениджмънт Файненшъл Груп“ АД

46 стр. Атанас Фурнаджиев, „Мото-Пфое“ ЕООД

48 стр. Владимир Спасов, „М + С Хидравлик“

50 стр. Димитър Гълъбов, „Съвърланд Глобал Сървисиз България“

52 стр. Ева Елгес, „Каргил България“ ЕООД

54 стр. Светлана Стефанова, „ФААК България“ ЕАД

56 стр. Филип Рувре, „Модис България“ ЕООД

58 стр. Юлиан Христов, „МагнаФарм България“ ЕАД

60 стр. Яни Драгов, „Смарт Органик“ АД

62 стр. Изкуството и корпоративният свят, Елена Савова,
дирекция „Икономика“, БТА

66 стр. Фрагменти Върху състоянието
на културния мениджмънт в България, Юрий Вълковски

56



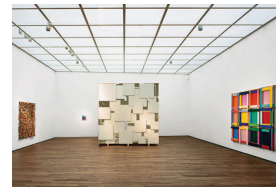
58



60



62



66



44



46



48



50



52



54



ЛИК

тематично издание ноември 2022

ИЗДАНИЕ НА
БЪЛГАРСКАТА ТЕЛЕГРАФНА
АГЕНЦИЯ

ГЕНЕРАЛЕН ДИРЕКТОР:
Кирил Вълчев

ПЕЧАТ:
Издателство
„Изток-Запад“

ГЛАВЕН РЕДАКТОР:
Георги Лозанов

ОТГОВОРЕН РЕДАКТОР:
Яница Христова

КОРЕКТОР:
Евелина Стефанова

ХУДОЖНИК И КОРИЦА:
Данаил Алексиев
Симона Колева

ГРАФИЧЕН ДИЗАЙНЕР:
Богдана Димитрова
МЛАДШИ ГРАФИЧЕН ДИЗАЙНЕР:
Симона Колева

КОНТАКТИ
Българска телеграфна агенция
1124 София,
бул. "Цариградско шосе" 49
ISSN 0324-0444

РЕКЛАМА:
reklama@bta.bg,
02 926 2306

В БРОЯ СА ИЗПОЛЗВАНИ
СНИМКИ ОТ:
архив на Пресфотото БТА,
(pressphoto@bta)

КУЛТУРАТА СЪЗДАВА И ПРОМОТИРА ГОЛЕМИТЕ ИДЕИ,

БИЗНЕСЪТ ГИ ОСМИСЛЯ И ПРИЛАГА

Екип на списание „Мениджър“

Конкурсът „Мениджър на годината“ представя и награждава големите личности в бизнеса, хората, които създават качествени продукти, които осигуряват работни места, плащат данъци, внедряват нови технологии и прилагат най-високи стандарти. Мисията на конкурса е да разказва историите на тези успешни лидери, защото вярваме, че това е начинът да бъде начертан пътят на успеха и да бъде показана правилната посока за икономическо развитие.

А за да се развият бизнесът и икономиката, е необходимо да има общност със силна мениджърска култура. Да има хора, които поставят високи стандарти, изграждат доверие и дават своя личен пример. Така вдъхновяват и хората около себе си. Участниците от създаването на конкурса до днес наистина се превърнаха във вдъхновители на младите поколения, ангажирани в частния сектор. Немалко компании от тях излязоха извън пределите на България, завлягаха международни пазари и се утвърдиха в световен мащаб.

Конкурсът „Мениджър на годината“ стартира преди цели 15 години като естествен импулс на задълбочената бизнес тематика на списание „Мениджър“, съществуващо от 1998 година. Бизнес общността в България по това време имаше необходимост от публично признание на усилията, които се полагат за подобряване на развиващата се икономика в условия на преход. Едни трудни времена, в които появата на подобно отличие за ръководителите на бизнеса бе наистина допълнителен стимул и признание на усилията им.

Всяка година конкурсът се провежда под патронажа на президентската институция, което е знак за важността и приноса на „Мениджър на годината“ за развитието на икономическата среда и обществото в България.

Методологията

Оценяването на мениджърите се извършва по специално изготвена за конкурса методология от водещата организация в областта на консултантските, одитните и данъчноправните услуги „Делойт България“. Регламентът оценява участниците в основната категория на състезанието по критерии в три основни групи: финансови показатели, добри управленски практики и личностни характеристики на кандидата.

През 2022 година в основната категория се състезават компании с общ приход от близо 5 млрд. лева, а приходите на десетте компании финалисти наброяват почти 2 млрд. лева. Секторите, в които оперират компанията през 2022 г., са аутсорсинг, производство, автомобилен сектор, търговия на едро, финтех, фармация, транспорт и логистика. Сегем от компанията са изцяло български, а три – международни.

Финалистите, които ще се борят за титлата „Мениджър на годината 2022“, са:

АНТОНИЯ СЪБЕВА, главен изпълнителен директор на „Мениджмънт Файненшъл Груп“ АД
АТАНАС ФУРНАДЖИЕВ, управител на „Мото-Пфое“ ЕООД
ВЛАДИМИР СПАСОВ, прокурист на „М + С Хидравлик“ АД
ДИМИТЪР ГЪЛЪБОВ, изпълнителен директор на „Съдърланд Глобал Сървисиз България“ ЕООД
ЕВА ЕЛГЕС, главен изпълнителен директор на „Каргил България“ ЕООД
НИКОЛАЙ НИКОЛОВ, основател и управител на „Уърлд Транспорт Оувърсийз България“ ЕООД
СВЕТЛАНА СТЕФАНОВА, изпълнителен директор на „ФААК България“ ЕАД
ФИЛИП РУВРЕ, изпълнителен директор на „Модис България“ ЕООД
ЮЛИАН ХРИСТОВ, изпълнителен директор на „МагнаФарм България“ ЕАД
ЯНИ ДРАГОВ, собственик и изпълнителен директор на „Смарт Органик“ АД

От тази година конкурсът разширява своя обхват с четири нови категории. Отличаваме компанията с годишен оборот до 20 млн. лв.; новосъздадените бизнеси; екипите, които чрез добре синхронизирани усилия, компетенции и умения реализират успешни проекти, и процесите на бизнес трансформация в самите компании.

НАЙ-ДОБЪР НОВ БИЗНЕС

Предприемачите, успешно започнали бизнес през последните 5 години, вече имат възможност да представят компанията си в конкурса. Оценяват се приходи, ръст, оперативна печалба и марж, възвръщаемост на вложения капитал и ръст на приходите на





служител. В оценката се прилага бенчмаркинг спрямо два основни конкурента на кандигатстващите компании. Приети са кандигатури на компании, регистрирани не по-рано от 2017 г.

80% от кандигатите, които взеха участие в категорията, са представители на ИТ индустрията. Останалите 20% оперират в аутсорсинг сектора и в сферата на небанковото кредитиране.

Общият обем на продажбите на компаниите в категорията „Най-добър нов бизнес“ за 2021 г. възлиза на 107 млн. лв. Това представлява 151% средногодишен ръст спрямо 2019 г. Повишение се отчита и в трудната във финансово и икономическо отношение 2020 г. Общият размер на приходите на кандигатите през 2020 г. е 51 млн. лв. спрямо 17 млн. лв. през 2019 г.

Компаниите, които ще се борят за приза в тази категория през 2022 година, са:

АЛОРИКА БЪЛГАРИЯ ЕООД
„Ампеко“ ЕООД
„Дигитал Лайтс“ ЕООД
„Елджой“ АД
„Крейън България“ ООД
„Мултиспейс България“ ООД
„Ондо Солюшънс“ ООД
ПРО СОФТ ООД
„САТ Хелм“ АД
„София ту гоу“ ООД
„ЮтеКредит България“ ЕООД

БИЗНЕС В ПЪРВИТЕ 20 МИЛИОНА

Обръщаме внимание на малкия и средния бизнес в страната. За първа година отличаваме компаниите с годишни приходи до 20 млн. лв. Оценяват се финансовите постижения за последните 3 години, устойчивостта и добрите управленски практики. Приети са кандигатури от компании, създадени преди 2017 г. Кандигатите са в сферата на компютърното програмиране и информационните технологии, здравеопазването, строителството на съоръжения и инфраструктура, търговията с машини и оборудването за селското и горското стопанство, почтенските услуги, туроператорската и печатната дейност.

Общите постъпления на кандигатите за 2021 г. са 78 млн. лв., което е 1% увеличение спрямо 2019 г. В размер на 76,6 млн. лв. През 2020 г. се отчита спад до 68,6 млн. лв., което се дължи на влиянието на пандемията.

Претендентите за наградата, класирани до финалния етап, са:

„Агроланд България“ АД
Е-СКАЙ ООД
„Инаут Трейд“ ЕООД
„Инфосистемс Интернешънъл“ ЕАД
МБАЛ „Доверие“ АД
МЕДИА ГРУП ЕООД
„Нетпик“ ЕООД
„Пери България“ ЕООД
„СИСКОМ ИНЖЕНЕРИНГ“ АД

БИЗНЕС ТРАНСФОРМАЦИЯ

Категорията дава възможност да се представи завършен проект, довел до ускоряване на бизнеса. Нов бизнес модел, операционни трансформации, нов източник на финансиране, дигитализация на процеси, зелени инвестиции в устойчиво развитие и други по ваш избор. Ще бъде отличена най-успешната бизнес трансформация, която се е случила през

календарните 2020 и 2021 г. и към настоящия момент е приключила.

В тази категория участие взеха проекти от различен характер: дигитализация и оптимизация на процеси, инвестиции за намаляване на въглеродния отпечатък на компаниите, сливане на компании и брандове, въвеждане на нови продукти и услуги, оптимизация на услуги и др.

За оценката в тази категория са важни значението на трансформацията за организацията, предизвикателствата и постигнатите KPIs, както и комплексността на трансформацията.

Финалистите са:

„Инаут Трейд“ ЕООД
МЕДИЦИНСКИ КОМПЛЕКС
„Д-Р ЩЕРЕВ“ ЕАД
„Модис България“ ЕООД
„ФААК България“ ЕАД
ФАДАТА ЕООД

ЕКИП НА ГОДИНАТА

Бизнес успехът е резултат от екипна работа и култура на сътрудничество. В тази категория се оценяват комуникационните умения, целите и резултатите на екипа. Но и лидерството, психологическата сигурност, изграденото доверие, предлаганата подкрепа между членовете на екипа и взаимното обучение.

Това е най-популярната от новите категории. В нея взеха участие компании от различни сектори: ИТ, търговия и търговско представителство, производство, застрахователна дейност, проектиране и строителство, аутсорсинг.

Целта е „Делойт“ да бъдат убедени защо точно те трябва да бъдат отличени. Набляга се на споделяните цели, начините за тяхното постигане, насърчаване на сътрудничеството в екипите, лидерството и изграждането на доверие. При оценката на кандигатите водещи са критериите: креативност, начин на представяне, екипност и цялостно послание.

Екипите, които достигнаха до финалната борба, са:

„Мусала Софт“ АД
„Прогрес Софтуер“ ЕАД
СИМЕНС ЕООД
„ФААК България“ ЕАД
„Хюлет-Пакард Глоубъл Деливъри България Сентър“ ЕООД

СИМБИОЗА МЕЖДУ БИЗНЕС И КУЛТУРА

По традиция заключителната церемония на конкурса се провежда в Софийската опера и балет –

емблематичен храм на културата и изкуството в страната. Екипът на Софийската опера и балет, ръководен от акад. Кармалов, е от наши съмишленици през годините и спойката между бизнеса и изкуството води до своята кулминация в ежегодната церемония. Културата създава и промотира големите идеи, бизнесът ги осмисля, прилага и благодарение на тях движи обществата напред. Срещата с културата ни дава мъдрост, смелост, памет, визия и хоризонт.

Отговорният бизнес и културата имат мисията да се борят срещу отчуждението в обществата и да засилват усещането за смисъл в тях.

Ето защо през 2021 година, когато светът беше в ледената прегръдка на пандемията, решихме, че ще срещнем културата и бизнеса в документален филм, посветен на конкурса, финалистите и победителя в „Мениджър на годината“. Филмът беше излъчен в националния ефир на БТВ и беше гледан от стотици хиляди зрители. Това допринесе допълнително за популяризирането на обществената роля на бизнес лидерите и направи говореното за бизнес по-достъпно за хората.

През годините конкурсът се утвърди като най-авторитетния и обективен форум на лидерите в бизнеса и има силен обществен отзвук. Нагнраварата създаде общност, култура и платформа, които позволяват да се покачи репутационната стойност на компаниите, а това рефлектира изцяло положително на бизнес средата в България. По този начин даваме вяра на децата си, че имат бъдеще в България и това е мястото, където могат да реализират мечтите си. Можем да го постигнем само като върнем почитта към успешните хора и покажем с примери, че това е възможно.



ВЕСИСЛАВА АНТОНОВА,

главен редактор
на списание
„Мениджър“:

Съзнанието
на твореца
трябва
да бъде
свободно,
за да прави
това, в което
е най-добър

Фотограф: Юлиан Донов

Яница Христова

„Съзнанието на твореца трябва да е свободно да прави това, в което е най-добър – музиката, рисуването, композирането и т.н. Работа на културния мениджмънт е да се занимава с бизнес и продажби. Заг всеки успял творец стои един силен и образован агент или куратор“, каза пред списание ЛИК Весислава Антонова – журналист и член на Комисията по журналистическа етика.

Весислава има над 25-годишен опит в сферата на медиите. От началото на месец юли 2021 година тя е главен редактор на списание „Мениджър“. Завършила е журналистика във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. В същия университет защитава и докторантура по „Обществени комуникации и информационни науки“. Освен това има две журналистически специализации – в Италия и в САЩ.

В началото на кариерата ѝ нейни текстове излизат на страниците на вестниците „Континент“ и „Култура“, както и на списанията ЛИК и „Медиа свят“. Повече от 15 години тя работи като журналист във вестник „Капитал“.

Част от професионалния опит на Весислава преминава и в програма „Хоризонт“ на Българското национално радио, където е била репортер, редактор и водещ на предавания.

Освен това тя участва в различни проекти, които анализират медийния сектор в страната, и се утвърждава като авторитетен медиен специалист.

Пред списание ЛИК Весислава Антонова разкрива каква е връзката между мениджмънта днес и изкуството, как конкурсите „Мениджър на годината“ насочва вниманието на хората към успешния бизнес в България, и какви са спецификите на медийния климат у нас...

Г-жо Антонова, каква е според вас връзката между мениджмънта днес и изкуството? Имат ли те допирна точка помежду си? Могат ли културата и бизнесът да си бъдат взаимно полезни? И ако да – как?

– В ежедневието си често използваме словосъчетанието „изкуството да...“ – правиш бизнес, управляваш, живееш. Изкуство е да си добър, концентриран, целеустремен. В този смисъл изкуството да менажираш или да управляваш е специален вид умение.

На пръв поглед изкуството и бизнесът нямат нищо общо помежду си. Но ако се вгледаме по-внимателно, ще открием, че споделят обща цел: да направят света по-добро място. Профилът на добрия бизнес лидер съдържа много от чертите на талантливия творец: интердисциплинарно знание, упорит труд, отдаденост, способност за поглед през различни глед-

ни точки, стремеж за самоусъвършенстване и усет отвъд рационалното. С други думи, творчество във всеки детайл и баланс – в цветовете, движенията и действията.

В „Мениджър“ вярваме във връзката между културата и бизнеса. Това е причината традиционната церемония по награждаването в конкурса „Мениджър на годината“ да се провежда в Софийската опера и балет. Вярваме, че почтеността, красотата, усетът към детайла са важни за бизнеса.

Вярата ни във връзката между културата и изкуството е и причината през 2022 година да организираме първата галавечер „Хоризонти“, която събра бизнес елита на страната на важен разговор за бъдещето ни като нация. Целта ни беше да покажем как бизнесът и културата у нас могат да работят заедно, за да създадат по-добро общество.

Едно от важните послания на тази Вечер е, че можем да постигнем развито общество само ако гледаме на културата като на едно общо пространство – не като география, а като дълбоки пластове и процеси, които се разгръщат в обществото. За нас беше чест, че специален гост-лектор на събитието под надслов „Култура и развито общество“ бе изтъкнатият испански мислител, философ и драматург Хабиер Гома Лансон.

И да – свободата и креативността в изкуството могат да бъдат само в услуга на мениджъра и стремежа му да е добър в управлението.

За да успее да привлече по-широка публика към произведенията си, какви бизнес качества трябва да притежава един творец?

– Има известна провокация във въпроса ви (усмихва се – бела.а.). Не мисля, че творецът, и то добрият, трябва да мисли за бизнес и търговия. Ако мисли и за това, обвързва творчеството си с тези процеси и създава комерсиално изкуство. Масово изкуство, което в определени моменти може да е на ръба на кича. Да, и за него има място под слънцето, но то не възпитава добрия вкус и не е носител на философския заряд на свободата и провокацията. Добрите творци – художници, писатели, артисти, дори фотографи, неслучайно имат агенти. Хора с развит вкус и рецептори за пазара, масовия вкус или пък за колекционерите на уникално изкуство. Тяхна работа е да промотират и продават изкуството. Съзнанието на твореца трябва да е свободно да прави това, в което е най-добър – музиката, рисуването, композирането и т.н. Работа на културния мениджмънт е да се занимава с бизнес и продажби. Заг всеки успял творец стои един силен и образован агент или куратор (усмихва се – бела.а.).



Не отричам и възможността творецът да има достатъчно добре развити умения да се продава, но това е по-скоро изключение. В литературата и изобразителното изкуство има много примери за писатели, които са били отхвърляни десетки години и попадането на добро издателство или търговец на картини е отприщило невероятен успех и многомилionни продажби, т.е. попаднали са на своя точен откривател. Между творчеството и публиката винаги има посредник - институцията на театъра, галерията или пък добрият агент. Това, което не бива да губи творецът, е на първо място вдъхновението да създава изкуството си, креативността и все пак да има самочувствие и усещане за стойността на това, което създава. Липсата на тези неща могат да го смачкат и обезкуражат. Затова вярата в собствената ти уникалност помага.

А за да бъде успешен един мениджър, кои качества, характерни за хората на изкуството, биха му били в помощ?

– С риск да се повтора, ще кажа, че това са свободолюбието, креативността, развитият интелект, емпатията. Има и качества, характерни за хората на изкуството, които със сигурност могат да са в ущърб на мениджърите. Творците много често са егоцентрици и интроверти, затворени в своя свят на недействителни мечтани светове. Добрият мениджър няма право на това.

Вече 15 години конкурсът „Мениджър на годината“ отличава най-добрите бизнес лидери в България. Какво е според Вас влиянието на конкурса върху начина, по който се управляват компаниите у нас?

– Всеки бизнес, за да бъде добър, трябва да се развива, да носи принос за конкретната сфера, в която е позициониран, и за обществото като цяло. Бизнесът създава стойност – за икономиката, работни места, движи напред държавата и обществото. Създателите на успешен бизнес имат нужда да бъдат забелязани, оценени и по този начин стимулирани да продължават да вървят напред и да се разрастват. Конкурсът „Мениджър на годината“ прави точно това, отличава хората, които градят успешен бизнес. Цели да открие добрите примери и да стимулира представителите на бизнеса да продължават да вървят напред и да работят. Не на последно място конкурсът цели да изгради култура на отношение към почтения и устойчив български бизнес. Да разказва неговата история и да прави усилията му видими пред обществото. Много от компаниите – участници в конкурса, не просто са успешни в конкретната сфера, в която се намират, те са променили изцяло облика на региона, в който се намират. Освен че инвестират в собствените си производства, тези хора дават средства за болници, детски градини, за по-добра градска среда, подкрепят културни институции и т.н. Това са все примери, за които трябва да се знае и да се отличават, защото са мерило за развитието ни като общество. Наградите

дават видимост на бизнеса.

Оценката се извършва от водещата професионална одиторска компания „Делойт България“ по сериозни финансови и управленски показатели, а не е плод на субективната оценка на едно жури.

В едно свое интервю казвате, че ролята на списание „Мениджър“ като медия е „да не губи фокуса си върху важното за бизнеса съдържание“. Как успявате да поддържате този фокус?

– Казвам, че е важно, защото това е медия, много ясно позиционирана в този сегмент. И когато си там, трябва да отговориш на претенциите, които имаш. Да си достатъчно полезен за аудиторията, която цени качественото бизнес съдържание. Придържаме се към тази идея, като държим връзка с представителите на бизнеса. Разказваме неговите истории, следим инвестиционните намерения, успехите им и сме наблюдателни за предизвикателствата пред него. Интересуваме се от мнението на бизнеса по важни обществено-политически теми. Не забравяме, че медията има и ролята на посредник между бизнеса и властта и по важни за икономиката и предприемачите теми търсим отговори от властите.

Да не се губи този фокус е трудно по една важна причина. Кризата на медийния пазар оказва влияние върху сериозната тематична журналистика и това прави все по-трудно да се подготвят секторни анализи, които са най-стойностната и важна част от съдържанието на едно бизнес издание. За мен е от изключително значение съдържанието, което създаваме, да бъде стойностно и на високо професионално ниво. И успяваме – авторите, които подготвят текстове за изданието, са експерти в различни бизнес сегменти, доказани анализатори, чиято ценна професионална гледна точка добавя стойност и е гарант за качествената и обективна бизнес журналистика. Съдържанието е фокус и в събитията, които „Мениджър“ създава. Редакционният ни екип и тук има своята важна роля – както на идейно и тематично ниво, така и при избора на най-подходящите лектори, които със своето участие допринасят за това да създаваме качествени и задълбочени дискусии.

А каква е аудиторията на Вашето издание?

– За нас аудиторията е важна и търсим непрестанно взаимодействие с нея. „Мениджър“ периодично прави проучвания със социологически агенции, които ни предоставят актуални данни за профила на хората, които ни четат. Работим и с всички инструменти за анализ на аудиторията - като Gemius и Google Analytics. За нас е изключително ценно, че сме четени от хора, които се стремят към повече и качествени знания и ни идентифицират като достоверен източник на информация. Те най-често са и с фокус върху професионалното си и личностното развитие. Освен утвърдените специалисти от бизнес света, към съдържанието, което създаваме, интерес имат и сту-



Фотограф: Христо Христов



Фотограф: Ромео Чолаков

гентите, както и младите хора в началото на професионалния си път.

Какви са спецификите на медийния климат в страната? Какво е мнението ви за световните класации за свободата на словото, в които традиционно заемаме ниски позиции?

– Световните класации отразяват собственото ни отношение към медиите и журналистическата професия. Методологията на всяко едно от тях е така развита, че да прави интервюто с представители на местната медийна общност и на български анализатори на сектора. Международните организации само препотвърждават собствената ни ниска оценка за медийната свобода и качеството на журналистиката. Това, което е особено притеснително през последните години, е, че професионалната общност сякаш е загубила съпротивителни сили и желание да промени мрачната медийна реалност. Свикнала е със средата и малкото свободни гласове губят битката с гръмогласните клакьори, заели открита политическа позиция. Проблемите тук са сериозни и са на всички нива – отношение на политици към медиите, поведението на собствениците на медии.

Малко са медиите като „Мениджър“, които имат пълната свобода да създават съдържание, да разработват обективно и независимо актуални теми от света на бизнеса, да създават анализи на глобалната икономическа среда.

В медийното пространство отделя ли се гостатъчно внимание на новините за култура и изкуство?

– Очевидно е, че този тип съдържание е или ограничено до минимум, или подменено от забавно съдържание. Единствено обществените медии имат задължението да отделят място в програмното си съдържание за култура. Играчите в частния сектор не са задължени и когато го идентифицират като непечелившо, го махат или свиват. Все пак има частни медии, които полагат усилия да има културни теми и ги разработват качествено и с отношение.

„Мениджър“ е една от тези медии. Именно защото сме бизнес издание, ние виждаме ясно връзката между изграждането на устойчиво и развито общество и културата. Изразяваме тази наша гледна точка чрез специално внимание към теми, свързани с изкуство, култура, нови издания и събития на страниците на изданието всеки месец. Създаваме и специално годишно издание „Creative Bulgaria“, което показва успешни творчески проекти от рекламния и комуникационния пазар в страната.

Какво е според вас бъдещето на медиите сред все по-силното влияние на дигиталния и виртуалния свят в ежедневието на зрителите и читателите?

– Качествените медии винаги ще превъзхождат социалните мрежи с факта, че имат ангажимент да проверяват информацията, за да не се тиражират

подвеждащи или фалшиви новини. Те са и архитекти на съдържанието. Правят подбор, подреждат го и хората лесно могат да разберат кое е било най-важното за деня или седмицата и да го прочетат. Затова „МИТ Прес“ разработи дигитална платформа за четене на списания – www.zinzip.bg, в която по удобен и лесен начин да се чете съдържанието на изданията ни. Разработваме видеоформати, подкасти, предстои пускане на специална част в сайта www.manager.bg, която ще е посветена на списанието и неговото съдържание.

А как едно печатно издание за култура, каквото е ЛИК, може да се пребори с конкуренцията на интернет и да остане близо до своята публика?

– Медиите без добра дигитална стратегия са обречени на забвение и откъсване от аудиторията си. Това е отговорът. Не твърдя, че списанията ще изчезнат напълно в следващото десетилетие, но те ще си останат един бутиков продукт за много ограничена група от хора. Днес моделът на медийно потребление отдавна се е преобърнал. Преди хората следваха медиите и ги търсеха, за да се информират. Днес медиите трябва да са там, където са хората, и те да ги следват на удобната, предпочитана от тях платформа, ако искат да си общуват ефективно. Живеем в епохата на свързаното поколение. Спомнете си как допреди няколко години нивото на комуникации и каналите за получаване на информация не бяха така развити, както са днес. Преносът на данни не беше достигнал скоростта и обема, каквито има днес. Тогава ние си мислехме за интернет и мобилните комуникации като за едно допълнително измерение на живота ни, докато днес вече разбираме, че животът ни е интернет и всичко останало е допълнителното измерение. Всички ние, за добро или лошо, ще бъдем зависими от нашето дигитално присъствие, където и да сме. Така виждам живота ни и този на медиите. Вижте как се промени четенето в динамичния свят. Хората, които са претоварени с отговорности и ангажименти, все по-рядко имат време за среща с книгите и предпочитат аудиокниги, които им дават възможност едновременно да извършват повече от една дейност. Все повече медии развиват подкасти и скоро медиите, които се развиват в сегмента на философското и културното съдържание, ще имат своите аудиоверсии. Най-дълго ще се задържат на пазара изданията с качествена авторска фотография и модерен графичен дизайн, които да носят естетическа наслада на хората. Но това пак е бутиково изживяване.

През последните две години КОВИД-19 беязна света – освен в сферата на здравеопазването, но и икономически. Как пандемията се отрази на бизнеса в България?

– Направи го по-предпазлив, но и по-устойчив. В трудни ситуации бизнесът учи важни уроци. Прогноз-вистелствата отсяват устойчивите и предприемчивите. Бизнесът се научи да планира по-краткосроч-

но. Договорите вече се сключват за максимум три месеца. Негативният процес, който засяга допълнително компаниите, е загубата на качествени служители. Днес всеки сектор се оплаква от недостиг на подготвени кадри. За едни бизнеси пандемията беше възможност да се разраснат, особено дигиталните. На други сериозно навреди.

Превърна ли се вирусът в предизвикателство пред журналистите и начина им на поднасяне на информация и новини?

– Пандемията показва голямата стойност на журналистиката за обществата, но също така и нейните уязвимости. КОВИД-19 донесе уникален набор от предизвикателства пред журналистите по целия свят, включително нови заплахи за свободата на медиите, безопасността и практиката на журналистиката. Пандемията изостри и ускори слабостите, които отдавна съществуват в комуникационната екология. Икономическата криза „удари“ медиите в световен мащаб, особено на местно ниво, като доведе до съкращения, уволнения, отпуски и намаления на заплатите. Намалеха рекламните инвестиции и това се отрази на издръжката на медиите. Тези предизвикателства са особено видими и значими в страни с демократичен дефицит като България, която остава на ниска позиция в годишния индекс за свободата на медиите, изготвен от Репортери без граници. Независимо че в последната класация се изкачваме с 20 позиции нагоре – от 112-о на 91-во място в медийното поле, има много неща, които трябва да се променят, за да мине журналистиката на страната на хората и да си върне дове-

рието им. Завладяването на медиите от държавни и частни интереси ефективно елиминира свободата на традиционните медии, а до известна степен и онлайн медиите, задушвайки независимата журналистика. Медиите са до голяма степен разделени на два лагера – проправителствени и антиправителствени, докато доверието в журналистиката и обществената комуникация е паднало до най-ниските си нива. Свободата на пресата в България беше подложена на сериозна атака преди пандемията с широко разпространена авторцензура сред журналистите, заплахи и сплашване. Независимите медии паднаха жертва на сериозен съдебен, икономически и политически натиск чрез дела, много от които под формата на „стратегически дела срещу обществено участие“ (SLAPP), срещу медии, заведени от политически фигури.

Професията ви свързва с бизнеса днес, но за финал бих искала да ви попитам какво място заема изкуството в живота ви?

– Изкуството винаги е заемало важна част в живота ми. Това е възпитано у мен още в семейството ми. Брат ми е завършил дизайн. Домът ни е пълен с албуми на художници. Най-много ценя юбилейното издание, специално посветено на Андри Уорхол. Събира всичките му проекти. Изкуството ме дефинира по-добре, прави ме щастлива и е по-важно от света на бизнеса, въпреки че наистина от 18 години работя за бизнес издания. Това има своето предимство, защото да си успешен предприемач също е изкуство.



Весислава с Райна Кабаианска
Фотограф: Юлиян Донов

НОВО

АКО ТЪРСИШ ИЗГОДНО РЕШЕНИЕ,

ВЗЕМИ ИКОНОМИЧНА ГОДИШНА АБОНАМЕНТНА КАРТА

- Купи на изгодна цена.
- Плати на 3 вноски.
- Без трафик и паркиране.

Можеш да я заредиш и онлайн на
webportal.sofiatraffic.bg



За по-бърз достъп
сканирай QR кода.



ТОВА Е ТВОЯТА КАРТА
Валидирай и пътувай





Конкурсът „МЕНИДЖЪР НА ГОДИНАТА“ в архива на БТА

Тази година „Мениджър на годината“ отбелязва своя 15-годишен юбилей. Бизнес форумът стартира през 2008 година. Тогава е организиран от списание „Мениджър“ с консултантската подкрепа на „Делойт България“.

За кратко време той успява да изгради реноме на най-престижния конкурс за висши мениджъри в България, както го определят държавни ръководители, бизнес лидери и общественици.

През годините носители на знаковото отличие са различни представители на бизнеса, които в работата си постигат не само положителни финансови резултати, но показват добри управленски практики и лидерски качества.

БТА следи развитието на „Мениджър на годината“ още от самия старт на проявата. В архива на агенцията се откриват новини и съобщения за ежегодната надпревара, които включват условия за провеждане, номинации, церемонии по награждаване.

За годините, в които липсва информация в емисиите на БТА, хронологията на ЛИК е допълнена от дигиталния архив на списание „Мениджър“.

2008

На 25 март в БТА е публикувана новина със заглавие „В началото на април започва първият по рода си конкурс за постижения във фирменото управление „Мениджър на годината“.

В съобщението се посочва, че през 2008 г. за първи път в България ще бъде връчено отличие за постижения във висшия мениджмънт. От началото на април мениджъри на средни и големи компании, работещи в България, ще могат да бъдат номинирани за участие в първото издание на конкурса „Мениджър на годината“, организиран от списание „Мениджър“ с консултантската подкрепа на „Делойт България“.

На пресконференция в гранд хотел „София“ организаторите обявяват, че конкурсът ще отличи най-добрите управленски практики в страната чрез специална методология за обективна оценка, а титлата ще си оспорват 500 мениджъри, които отговарят на основните критерии за оценка.

Най-добрият мениджър на България ще бъде определен без намесата на жури, чрез обективна оценка на финансовите постижения на ръководената от него компания, на прилагането на добри управленски практики и на лидерските му качества. Методологията за избор на най-добрия висш мениджър в България е разработена специално за конкурса от екип на „Делойт България“.

В новината на БТА се посочва, че конкурсът ще се проведе на три етапа в периода април - октомври 2008 г., като първият носител на отличието „Мениджър на годината 2008“ ще бъде обявен на специална церемония, организирана от сп. „Мениджър“ в началото на октомври.

В България вече има достатъчно положителни примери за успешни мениджърски постижения и моментът тези успехи да бъдат отличени е дошъл, смята Мая Бобева, изпълнителен директор на списание „Мениджър“. Целта на конкурса е да популяризира добрите бизнес практики и да стимулира развитието на потенциала на мениджърите в България, добавя тя.

За да бъдат максимално обективни, организаторите ще оценяват факти, цифри и информация, които ще получават от самите кандидати. Ще се търси човекът, който е реализирал лидерския си потенциал по най-добрия възможен начин и е допринесъл за финансовото, икономическото и ор-

ганизационното развитие на компанията, която ръководи, посочва Ян Скварил, директор на „Управленско консултиране“ в „Делойт България“.

Всички участници в конкурса ще бъдат оценявани на базата на три основни критерия - финансови критерии (постигания на компанията и сравнение с конкурентни компании, опериращи на същия пазар); прилагане на добри практики в оперативното и стратегическото управление и управлението на човешките ресурси и личностни характеристики и управленски умения, се посочва в новината. Допълва се, че кандидатите за титлата „Мениджър на годината“ трябва да заемат висш управленски пост от минимум две години, да управляват средна или голяма компания - с 50 или повече служители и/или годишен оборот от дейността над 10 млн. евро, според класификацията на ЕС. Друго важно условие е да прекарват повече от половината от работното си време в България.

В началото на септември са обявени десетте най-добри мениджъри в България.

В конкурса са участвали 98 представители на бизнеса. Дванадесет от тях са жени, а мъжете са 86. Чуждите мениджъри, които управляват компании в България, са десет. Те са били оценени на база на проучване на финансови показатели и добри управленски практики. Така експертите на „Делойт България“ са избрали десетте топмениджъри. Те преминават в следващия, последен етап на конкурса, в който ще бъдат оценени и по личностни качества, цитират организаторите в новина на БТА.

Оценката по този критерий се изготвя чрез интервю с участника и негови служители. Характеристиките са групирани по лидерство, предприемачество, стратегическа ориентация и аналитичност, управление на хора и управление на ресурси.

Предвидено е един от мениджърите да бъде обявен за „Мениджър на годината“ в началото на октомври.

Изпълнителният директор на „Приста Ойл“ Валентин Трифонов е „Мениджър на годината 2008“, съобщават от списание „Мениджър“ на 9 октомври. Носителят на отличието за най-високото постижение в корпоративното управление е спечелил титлата в съревнование с още девет топмениджъри, които са се класирали за финалната фаза на конкурса.

Изпълнителният директор на „Приста Ойл“ е отличен с кристалната статуетка „Мениджър на годината 2008“ на церемония в аулата на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Победителят ще може да участва в най-престижния бизнес форум в Европа Leaders in London през декември 2009 г., предвиждат организаторите на конкурса.

Всички финалисти в конкурса са отличени с грамота за високи постижения в корпоративното управление.



Архив списание „Мениджър“

2009

Вторият национален конкурс „Мениджър на годината 2009“ стартира на 7 април. Организаторите от списание „Мениджър“ съобщават, че срокът за подаване на документи за участие в конкурса е до 30 април.

Според условията за „Мениджър на годината 2009“ може да кандидатства всеки, който управлява средна или голяма компания (според класификацията, дадена от ЕС) - има над 50 служители и/или годишен оборот от дейността над 10 млн. евро; ръководи компанията от поне две години; прекарва поне 50 процента от работното си време в България.

Оценката на кандидатите се извършва в три етапа: по документи, по оценка на финансовите показатели и добрите практики и по личностните характеристики на мениджърите.

Десетимата финалисти ще станат известни през септември, а носителят на приза „Мениджър на годината 2009“ ще бъде обявен на церемония в края на октомври.

Партньор на „Мениджър“ и тази година е консултантската компания „Делойт“, която е разработила методиката за оценка на кандидатите, по която се подреждат десетимата финалисти и се определя „Мениджър на годината“.

На пресконференция на 2 септември са обявени резултатите от анкета, проведена сред ръководители на десет компании, достигнали до финала на конкурса „Мениджър на годината 2009“. Отговорите на десетимата финалисти показват, че те очакват нова вълна от съкращения в някои сектори през есента.

Главният изпълнителен директор на ПОК „Доверие“ АД Даниела Петкова - един от финалистите в конкурса, посочва, че сред най-засегнатите от кризата сектори са строителството и недвижимите имоти, експортно ориентирани компании ще продължават да имат проблеми, засегнати са и фирмите от туристическия бранш и шивашката индустрия. Петкова казва, че ПОК „Доверие“ планира увеличение на персонала.

Другият финалист в конкурса - председателят на Управителния съвет и изпълнителен директор на ЗК „Лев Инс“ АД Стефан Софийански, казва, че заради кризата очаква задълбочаване на проблемите при вносителите и дистрибуторите на автомобили. Според Софийански като цяло в застрахователния бранш съкращения няма, има дори нови назначения.

Над 60 на сто от анкетираните днес мениджъри очакват стабилизирането на икономиката на страната да започне след 12 месеца. 40 на сто от тях смятат, че бързото усвояване на средства от еврофондовете ще повлияе най-много на изхода от кризата в страната, но 30 на сто от мениджърите са на мнение, че фактори за изхода ще са затягането на контрола в държавата и на „коланите“ във всички сектори на икономиката. Над 77 на сто от анкетираните заявяват, че лихвите по кредитите трябва да паднат, защото скъпите кредити пречат на бизнеса.

В групата на десетте финалисти на конкурса „Мениджър на годината 2009“ влизат още Иван Василев, управител на „ТНТ България“ ЕООД, Лъчезар Цоцорков, изпълнителен директор на „Аса-



Архив списание „Мениджър“

2010

На пресконференция на 7 септември са представени десетте финалисти за конкурса „Мениджър на годината“. Церемонията по награждаването на най-добрия от тях е планирана за 14 октомври в аулата на Софийския университет.

Номинираните са: Андреас Майерхофер, главен изпълнителен директор на „Мобилтел“ ЕАД; Джон Кларк, изпълнителен директор на „Енел Марица-изток 3“; Димитър Илчев, главен мениджър и председател на Надзорния съвет на „Евромаркет Груп“; Зоя Паунова, изпълнителен директор на „Астра Зенека Ю Кей Лтд“; Иван Василев, управител на „TNT България“ ЕООД; Ираван Хира, генерален директор за България на „Хюлет-Пакард България“ ООД; Момчил Андреев, председател на Управителния съвет и изпълнителен директор на „Райфайзенбанк България“ ЕАД; Ренато Келер, уп-

рел Медет“ АД, Николай Филипов, управител на „Хенди-тел“, Райна Миткова-Тодорова, управител на „ЕОС Матрикс“ ООД, Теодора Георгиева, изпълнителен директор на „ОМV България“ ООД, Тодор Желязков, управител на „Елтрак България“ ЕООД, Тодор Костов, изпълнителен директор на „Холсим България“ АД, Франко Дел Фабро, изпълнителен директор на „Крафт Фуудс България“.

В новина на БТА се посочва, че временно изпълняващият длъжността кмет на Столична община Минко Герджиков ще присъства на церемонията по награждаването на финалистите в конкурса „Мениджър на годината“. Официалното събитие е на 8 октомври в аулата на Софийския университет.

В съобщението се допълва, че в тазгодишното издание на събитието участие са взели 100 мениджъри и управители на фирми. Те преминават през оценка в три етапа, извършена по специално разработена методика, а до финала са достигнали 10 мениджъри.

Изпълнителният директор на „Асарел Медет“ АД доктор инж. Лъчезар Цоцорков става „Мениджър на годината 2009“.

равител на „Байер България“ ЕООД; Теодора Георгиева-Милева, изпълнителен директор на „ОМV България“ ООД, и Тодор Желязков, управител на „Елтрак България“ ЕООД.

Националният конкурс „Мениджър на годината“ се провежда за трети път. Документи за участие тази година са подали 84 ръководители на компании, като тази година в конкурса участват повече мениджъри на държавни компании, както и една неправителствена организация. Повече са и чуждите мениджъри, които се състезават с българските си колеги.

Главният изпълнителен директор на „М-Тел“ Андреас Майерхофер е „Мениджър на годината 2010“, съобщават от компанията на 15 октомври.

Той е първият чуждестранен мениджър - побе-

дител в най-престижния конкурс за висши мениджърски постижения в България. По общото мнение на участници и експерти, Андреас Майерхофер печели приза в изключително оспорвана надпревара с останалите деветима финалисти в най-силното издание на конкурса до момента.

Призът му е връчен от издателя на списание „Мениджър“ Васил Мирчев. Победителят приема наградата с удовлетворение и благодари на своите служители, обявявайки, че тази награда е и тяхна. Той посочва още, че „М-Тел“ е положил всички усилия в политиката спрямо служителите си дори

в най-трудните кризисни времена. Мениджърът на годината призова бизнеса да последва „М-Тел“ в активната му социална политика.

„Тази година освен този приз аз получих и моята най-голяма награда - моя син“, казва от трибуната носителят на титлата „Мениджър на годината 2010“.

Андреас Майерхофер получава и новоучредената награда в конкурса - на зрителите на бТВ. Той е събрал най-много гласове в независимото оценяване чрез електронна анкета на сайта на телевизията.



15 октомври 2010 г. Главният изпълнителен директор на „М-Тел“ Андреас Майерхофер е „Мениджър на годината 2010“. Той е първият чуждестранен мениджър победител в най-престижния конкурс за висши мениджърски постижения в България, който се организира от списание „Мениджър“ за трета поредна година.



2011

Финалисти през 2011 г. в конкурса са:

- Ваньо Алексиев, управител и собственик, „Глобал Биомет“ ООД и „Биомет“ ЕООД;
- Виолина Маринова, председател на УС и главен изпълнителен директор, „Банка ДСК“;
- Димитър Илчев, главен мениджър и председател на Надзорния съвет, „Евромаркет Груп“;
- Захариас Коцибос, изпълнителен директор, GLOBUL;
- Зоя Паунова, изпълнителен директор, „Астра Зенека Ю Кей Лтд“;
- Ираван Хира, генерален директор, „Хюлет-Паккард България“;
- Николай Михайлов, председател на Съвета на директорите, „Трейс Груп Холд“ АД;



- Петя Димитрова, изпълнителен директор и член на борда на директорите, "Пощенска банка";
- Снежина Казакова, изпълнителен директор, „Ди Ейч Ел Експрес България“;
- София Христова, изпълнителен директор, „Пенсионно осигурително дружество Алианц България“;
- Станислав Разпопов, главен изпълнителен директор, „Дунапак Родина“ АД.

На 14 ноември на специална церемония в сградата на Софийската опера и балет Станислав Разпопов - главен изпълнителен директор на „Дунапак Родина“ АД, печели тазгодишната титла „Мениджър на годината 2011“.

Архив списание „Мениджър“



Архив списание „Мениджър“

2012

На 25 октомври пресцентърът на социалното министерство съобщава, че министърът на труда и социалната политика Тотю Младенов ще присъства на следващия ден на конкурса „Мениджър на годината 2012“, който ще се проведе в Софийската опера и балет.

Списание „Мениджър“ организира форума за пета поредна година. В новината на БТА се припомня, че наградата се присъжда на ръководители, които успешно управляват компаниите си, като използват най-добрите практики в управлението и притежават необходимите за един отличен мениджър личностни характеристики.

- През 2012 г. финалисти в конкурса са:
- Боряна Манолова, главен изпълнителен директор на „Сименс България“;
 - Драган Радивоевич, генерален директор на „Каменица“ АД;
 - Елена Маринова, президент и съдружник в „Мусала Софт“;
 - Зоя Паунова, изпълнителен директор на „АстраЗенека България“;
 - Ивайло Борисов, главен изпълнителен директор на „Евромаркет Груп“;
 - Красимир Узунов, собственик и управител на „Интерсервиз Узунови“.
- Левон Хампарцумян, председател на Управителния съвет и главен изпълнителен директор на „УниКре-



- дит Булбанк“;
 - Максим Бехар, изпълнителен директор на M3 Communications Group;
 - Орлин Попов, собственик и генерален мениджър на веригата ресторанти Harry;
 - Сотир Немов, управител на „СИ Комерсиал 7“.
- Левон Хампарцумян, председател на УС на „УниКредит Булбанк“, е обявен за „Мениджър на годината 2012“. Името на победителя е съобщено на тържествената церемония на петото юбилейно издание на конкурса, която се състои на 26 октомври в Софийската опера и балет.

2013

На специална церемония на 21 октомври президентът Росен Плевнелиев връчва наградата „Мениджър на годината“ за 2013 г. на Виолина Маринова, която е председател на Управителния съвет и главен изпълнителен директор на Банка ДСК.

Президентът е гост на шестото издание на конкурса, организиран от сп. „Мениджър“. „И в бизнеса, и в политиката само наличието на дългосрочна стратегия, изграждането на доверие със служителите и с клиентите и успешното изпълнение на заложените планове водят до успех“, заявява на церемонията държавният глава. Според него мениджърите се оценяват по постигнатите резултати и така трябва да бъде и при политиците.



21 октомври 2013 г. В Софийската опера президентът Росен Плевнелиев връчва статуетката „Мениджър на годината“ на Виолина Маринова, председател на Управителния съвет и главен изпълнителен директор на Банка ДСК.

Президентът посочва, че „най-големият мениджър е този, който е направил сам себе си ненужен, като е обучил екипите си и така е задал посоката, че „корабът да върви здраво напред“. „Ще ми се така да е и в държавата, ще ми се да зададем посоката и да имаме ефективни институции, които да постигат резултати, независимо кой е на власт“, казва държавният глава.

„Вие сте тези, които създавате работни места, осигурявате дългосрочна перспектива за милиони българи и помагате на младите да останат в България, а политиците са тези, които преразпределят създаденото от вас“, заявява още президентът пред гостите на церемонията. Росен Плевнелиев изрази надежда, че държавата и бизнесът „в истинско партньорство“ ще работят за изграждането на по-модерна и по-добра България.

Президентът поздравява организаторите от сп. „Мениджър“ по повод 15-годишнината на популярното издание.



2014

Успешните мениджъри знаят колко важни са хората. Човешкият капитал е най-важният фактор за развитието на всяка държава и икономика. Това заявява президентът Росен Плевнелиев, който връчва наградата „Мениджър на годината“ за 2014 г. на тържествена церемония на 28 октомври. Наградата получава изпълнителният директор на „Солвей Соди“ АД Спирос Номикос.

В изказването си президентът подчертава, че успехът на всеки проект зависи от ангажираността, всеотдайността и лоялността на участващите в него. „Така е с фирмите, така е и в държавата. Само с общото усилие на милиони българи ще постигнем желаната от всички ни модерна и демократична европейска България, която е уютен дом за всеки и добро място за инвестиции“, заявява Росен Плевнелиев.

Страната има нужда от отговорни и компетентни лидери. Искаме да ги посочим, да покажем техния успех и да им дадем път, изтъкна още президентът. Държавният глава отбелязва, че в трудните времена, в които живеем, повече отвсякога имаме



28 октомври 2014 г. Спирос Номикос, изпълнителен директор на "Солвей Соди" АД, е „Мениджър на годината 2014“.

нужда от успешни компании, управлявани от мошести мениджъри, които задават вярната посока и движат страната напред.

Президентът поздравява организаторите на проявата и казва, че „Мениджър на годината“ се е превърнал не само в добра традиция, но и в мерило за състоянието на българската бизнес среда и култура и за корпоративната социална отговорност.



28 октомври 2014 г. На официалната церемония по награждаването.

2015

Всички сме шокирани от случилото се в Париж, но си даваме сметка, че тероризмът започва там, където образованието се е провалило. Това заявява държавният глава Росен Плевнелиев в словото си на церемонията за връчването на годишните награди „Мениджър на годината 2015“ на 17 ноември. Президентът и участниците в събитието почитат с минута мълчание паметта на жертвите от атентатите в Париж на 13 ноември.

„Искаме повече инвестиции и икономическа перспектива в България. Това обаче може да се случи само когато образованието успее. Ще имаме повече заетост само когато образователната реформа се случи и когато държавата застане на страната на бизнеса в съвместните ни усилия да дадем перспектива на младите да имат знания, но и умения“, казва държавният глава.

Росен Плевнелиев призовава гласът на управляващите най-успешните компании в България да бъде чуван, а мениджърите да бъдат по-активни в обществения живот на страната. „Политиците трябва да се поучат повече от мениджърите, защото,

когато е трудно и тежко, мениджърите не крият проблемите и знаят, че начинът да решиш един проблем е да го посочиш. За съжаление, в политиката невинаги е така и проблемите се отлагат. Мениджърите знаят, че когато е трудно, дори едно грешно решение е по-добро от невзимането на решение. Липсата на решение създава несигурност и нестабилност“, посочва президентът Плевнелиев.

„Политиците трябва да чуят мениджърите и да действат като тях. Те трябва да взимат решения, да имат план, да повярват, че той е правилен и устойчив, и да накарат другите да повярват в него. Така е в бизнеса, така трябва да бъде и в политиката“, подчертава държавният глава и апелира „политиците да бъдат оценявани не по казаното, не по отиграването на медийни ситуации, а по резултатите“.

На церемонията президентът уверява, че бизнесът у нас ще има възможност да участва активно в изработването на бъдещата национална стратегия за развитие на България до 2030 година. Работата по дългосрочната визия за развитие ще започне в началото на следващата година под егидата на пре-

зидентската институция, обявява президентът. Призът на победител в осмото издание на конкурса „Мениджър на годината 2015“ държавният глава връчва на Петър Андронов, главен изпълнителен директор на СИБАНК.

17 ноември 2015 г. Президентът Росен Плевнелиев обявява победителя в осмото издание на конкурса „Мениджър на годината 2015“ – Петър Андронов, главен изпълнителен директор на СИБАНК.



2016

Финалисти в конкурса през 2016 г. са:

- Атанас Добрев, главен изпълнителен директор на Vivacom;
- Георги Деянов, изпълнителен директор на „ЕКО България“;
- Екехард Нойрайтер, изпълнителен директор на „АББ България“ ЕООД;
- Елизавета Коробченко, управляващ директор на Avon за България, Албания, Македония, Сърбия и Черна гора;
- Камелия Славейкова, изпълнителен директор на Shell България;
- Ксавие Марсенак, президент на TELUS International Europe;
- Любомир Овчаров, изпълнителен директор на „Адастра България“ ЕООД;
- Светослав Атанасов, главен изпълнителен директор на „Кока-Кола ХБК България“ АД;
- Томи Вер Елст, генерален мениджър на „Сенсата Технолоджис България“ ЕООД;
- Цветелина Николова, управляващ директор на „Катаржина Естейт“.

От прессекретариата на държавния глава съобщават, че на 28 ноември президентът Плевнелиев ще участва в церемонията по връчването на наградите на конкурса „Мениджър на годината 2016“. На церемонията в Софийската опера ще бъдат отличени най-добрите ръководители в реалния сектор на България.

На церемонията в сградата на Софийската опера и балет Ксавие Марсенак, президент на аутсорсинг компанията TELUS International Europe, е отличен като „Мениджър на годината 2016“.



28 ноември 2016 г. Министърът на регионалното развитие и благоустройството Лиляна Павлова връчва една от наградите в конкурса.



28 ноември 2016 г. Носителят на голямата награда Ксавие Марсенак



Архив списание „Мениджър“

2017

Финалисти в конкурса през 2017 г. са:

- Дарина Стоянова, изпълнителен директор на „Престиж-96“ АД;
- Елена Дречева-Владиминова, изпълнителен директор на „Коника Минолта Бизнес Солюшънс България“ ЕООД;
- Ерик де Кандидо, управляващ директор на IMI България;
- Ивайло Славов, основател и изпълнителен директор на BULPROS;
- Илия Гърков, вицепрезидент на „Дънди Прешъс Металс Канада“ и изпълнителен директор за България;
- Красимир Николов, старши вицепрезидент за Централна и Източна Европа във FOX Networks Group;

- Пламен Мирянов, собственик и председател на Съвета на директорите на „АРТЕКС ИНЖЕНЕРИНГ“ АД;
- Пламен Цеков, съосновател и изпълнителен директор на „Скейл Фокус“ АД;
- Тим Курт, изпълнителен директор и вицепрезидент на „Аурубис България“ АД;
- Цветелина Николова, управляващ директор на „Катаржина Естейт“, „Белица Уайнъри“, „Кончерто Уайнъри“ и „Платинум Брандс“.
- Арх. Пламен Мирянов, собственик и председател на Съвета на директорите на „АРТЕКС ИНЖЕНЕРИНГ“, е носителят на десетата титла „Мениджър на годината 2017“. Това става ясно на 10 ноември на специална церемония в Софийската опера и балет.



2018

На 12 ноември на церемония в сградата на Софийската опера и балет президентът Румен Радев връчва наградата на единадесетото издание на конкурса „Мениджър на годината“. Призът отива при Александър Димитров, изпълнителен директор на А1 България.

12 ноември 2018 г. На церемония в Софийската опера и балет президентът Румен Радев връчва наградата на единадесетото издание на конкурса „Мениджър на годината“.

2019

Финалисти в конкурса през 2019 г. са:

- Асен Георгиев, изпълнителен директор на „Ейч Пи Инк България“ ЕООД;
- Весела Илиева, изпълнителен директор на „Юник Естейтс“ ООД, член на Съвета на директорите на AG Capital и председател на Съвета на директорите;
- Георги Заманов, член на Управителния съвет и главен изпълнителен директор на Алианц Банк България;
- Доброслав Димитров, изпълнителен директор на „Империя Онлайн“ АД;
- Ивайло Славов, съосновател и изпълнителен директор на „Булпрос Консултинг“ АД;
- Мариела Маджарова, изпълнителен директор на „Телетек Електроникс“ ООД;
- Мария Грашнова, главен изпълнителен директор на „Дентсу Иджис Нетуърк България“ ООД и ръководител на бизнеса на „Дентсу Иджис Нетуърк България“ на Балканите;

- Радослав Николов, изпълнителен директор на SAP Labs България;
- Светла Несторова, главен изпълнителен директор, председател на Управителния съвет на ЗЕАД „Булстрад Живот Виена Иншурънс Груп“;
- Христо Христов, основател, изпълнителен директор и мажоритарен собственик на „Дискордия“ АД.

На 4 ноември президентът Румен Радев връчва наградата на дванадесетото издание на конкурса „Мениджър на годината“. Церемонията се състои в Софийската опера и балет.

4 ноември 2019 г. Президентът Румен Радев сред отличените на дванадесетото издание на конкурса "Мениджър на годината" в Софийската опера и балет.





2020

Номинираните в конкурса през 2020 г. са:

- Владимир Спасов, прокурист на „М+С Хидравлик“ АД;
- Владислав Русев, главен изпълнителен директор на Пенсионноосигурително дружество „Алианц България“ АД;
- Джордж Маргонис, генерален мениджър на „Филип Морис България“ ЕООД;
- Димитър Гълъбов, изпълнителен директор на „Съдърланд Глобал Сървисиз България“ ЕООД;
- Иван Чернев, председател на УС на „Кауфланд България“ ЕООД;
- Иво Куманов, изпълнителен директор на „НИК Смарт Машийнс“ АД;
- Мариела Маджарова, изпълнителен директор на „Телетек Електроникс“ ЕАД;
- Милена Драгийска, главен изпълнителен директор на „Лидл България“ ЕООД;
- Николай Николов, управител на „Уърлд транспорт Оувърсийз България“ ЕООД;
- Пламен Цеков, съосновател и изпълнителен директор на „Скейл Фокус“ АД.

За преодоляването на днешните социални и икономически предизвикателства България разчита и на доказаните умения и експертиза на бизнес лидерите да създават прогресивна среда и да налагат нови стандарти. Това заявява на 3 ноември президентът Румен Радев пред десетимата финалисти в

13-ото издание на конкурса „Мениджър на годината“.

По думите на Румен Радев тъкмо във времена на изпитания изпъкват истинските лидери, защото те имат визията и качествата да водят напред. Държавният глава е изтъкнал необходимите умения на бизнеса за справяне с предизвикателствата пред страната ни, свързани със Зелената сделка, европейския програмен период за 2021 - 2027 г., новите програми за възстановяване на последствията от коронавируса.

В приветствието си по време на церемонията президентът заявява, че пътят на България към модерна европейска държава изисква постигането на висок и устойчив догонващ темп на развитие. Това означава пълноценно управление на материалните ресурси и човешкия ни капитал, развитие на високи технологии, производства с висока добавена стойност, преход към зелена и дигитална икономика, иновативност, допълва Румен Радев. По думите на президента тези амбициозни цели са възможни благодарение на лидери с доказани способности да ръководят сложни процеси и най-вече хора, както и на личности, готови да поемат риск в името на новото и на успеха.

Държавният глава откроява и необходимостта от обществена промяна, за да се постигне прозрачна бизнес среда от ясни правила и критерии, по които се изразходват публичните ресурси, както и



политики за качествени наука, образование и инфраструктура.

На церемонията, която тази година се състоя в Националния исторически музей само в присъствието на финалистите в конкурса, президентът Румен Радев обявява името на победителя. Това е Милена Драгийска - главен изпълнителен директор на „Лидл България“.

3 ноември 2020 г. Церемонията на 13-ото издание на конкурса тази година се състои в Националния исторически музей. Само в присъствието на десетимата финалисти президентът Румен Радев обявява името на победителя.

2021

На 23 септември генералният директор на БТА Кирил Вълчев и Деница Димитрова - управител на „МИТ Прес“ ООД, издател на списание „Мениджър“, подписват договор за медийно партньорство между БТА и „МИТ Прес“ в подкрепа на конкурса „Мениджър на годината 2021“.

В рамките на пресконференцията в БТА Кирил Вълчев посочва, че за агенцията е чест да стане партньор на един от най-престижните и утвърдили се конкурси в България „Мениджър на годината“. Мениджър идва от латинската дума *manus* - ръка. Вече четиринадесети път „Мениджър“ тър-

23 септември 2021 г. Генералният директор на БТА Кирил Вълчев и Деница Димитрова - управител на „МИТ Прес“ ООД, издател на списание „Мениджър“, подписват договор за медийно партньорство между БТА и „МИТ Прес“ в подкрепа на конкурса „Мениджър на годината“ 2021 г.





23 септември 2021 г. Финалистите в конкурса „Мениджър на годината“ през 2021 г. са обявени в Националния пресклуб на БТА. В пресконференцията участват Милена Драгийска, главен изпълнителен директор на „ЛИДЛ България“ и носител на наградата „Мениджър на годината“ за 2020 г., десетимата финалисти в тазгодишното издание на конкурса, Деница Димитрова, управител на „МИТ Прес“ ООД, издател на списание „Мениджър“, Силвия Пенева, управляващ партньор в консултантската компания „Делойт България“, Весислава Антонова, главен редактор на списание „Мениджър“, Ирина Велева, главен редактор на сайта „Мениджър Нюз“, и Кирил Вълчев, генерален директор на БТА.

си най-добрите ръце, на които разчита България, за планиране, организиране, управление, контролиране на компаниите в България, като се използват най-добрите световни практики в управлението, и то от отлични мениджъри със сериозни личностни характеристики, казва Кирил Вълчев. Ние се надяваме, че БТА ще допринесе за по-задълбоченото запознаване с десетимата номинирани финалисти и с победителя в класацията, допълва той.

Вълчев съобщава, че по договора БТА ще разпространява информация за процеса на конкурса и за церемонията по награждаването, БТА ще направи интервюта с finalistите и те ще се разпространят в емисиите на агенцията на български и на английски, „за да може и извън България да се виждат добрите ръце, които управляват в страната“. Генералният директор на БТА казва, че ще има специален брой на списание ЛИК на агенцията, посветен на „Мениджър на годината“.

Десетимата претенденти за титлата „Мениджър на годината“ за 2021 г. се надяват през следващата година в България да има по-голяма политическа стабилност, стабилно и прогнозируемо правителство - с ясни цели и стратегии, действащ национален План за възстановяване и устойчивост, за да даде допълнителен тласък на икономиката ни, подвластна на новите технологии. Ключова дума за фирмите както тази, така и миналата година, е била пандемията, която за повечето е дала тласък

към ускорена дигитализация, нови проекти и партньори, става известно на 23 септември от представянето в БТА на десетимата финалисти в конкурса.

Бизнесът е предпазлив в прогнозите си за следваща година, но гледа към 2022 г. с оптимизъм, с очакване тя да е по-добра от тази в контекста на зависимостта на българската икономика от европейската и се надяват на плавно възстановяване на икономиката на България, което се обвързва и с темповете на ваксиниране. Опасенията на деловите среди са свързани с растящата инфлация и енергийните цени.

Райна Миткова-Тодорова - управител на „ЕОС Матрикс“ ЕООД, определя сегашната ситуация като затишие пред буря, свързана с инфлацията и сметките за ток за бизнеса и потребителите, и посъветва фирмите и хората „да затегнем коланите“. По думите ѝ тепърва ще разберем дали резултатите от антикризисните мерки в подкрепа на бизнеса - банковият мораториум и икономическите стимули, ще са устойчиви и дали няма „да ни изиграят лоша шега в краткосрочно бъдеще“.

Мениджърите на компаниите акцентират, че запазването на здравето на работещите е било приоритет за фирмите, повечето от тях посочват, че не са съкращавали служители и заявяват намерение за нови назначения догодина. Кризата с коронавируса е съдействала за ускорена дигитализация в компаниите, за някои фирми е отворила нови пазарни ниши - например за БОРИКА - с осъщест-

вяването на проекта за незабавните плащания. За други - от фармацията, пандемията е довела до рязко увеличение на цените на суровините, като разликата между увеличените цени на суровините и крайната продукция е била поета от индустрията, казват от „ТЕВА Фарма“. Проблем за фирмите от фармацията продължават да са прекалено многото регулации, което обаче не пречи на фирмата да осъществява два инвестиционни проекта в страната в този труден период.

Финалистите в конкурса „Мениджър на годината“ за 2021 г. са: Владимир Колев, управител на „Клет България“ ООД; Владислав Русев, главен изпълнителен директор на Пенсионноосигурително дружество „Алианс България“ АД; Кристина Иванова, вицепрезидент операции за България на „Колпойнт Ню Юръп“ ЕАД; Мирослав Вичев, главен изпълнителен директор на БОРИКА АД; Николай Хаджидончев, изпълнителен директор на „ТЕВА Фарма“ ЕАД; Радослав Кошков, управител на Schneider Electric за България, Албания, Северна Македония и Косово; Райна Миткова-Тодорова, управител на „ЕОС Матрикс“ ЕООД; Светлана Стефанова, изпълнителен директор на „ФААК България“ ЕАД; Филип Рувре, изпълнителен директор на „Модис България“ ЕООД и Head of Tech Delivery за Европа; Явор Петров, изпълнителен директор на „Айкарт“ АД. Общият брой служители под тяхно ръководство е 7295.

Името на новия носител на титлата „Мениджър на годината“ се очаква да стане известно на офи-

циална церемония в началото на ноември. А топмениджърите на България за 2021 г. ще бъдат главните герои в документален филм, който „МИТ Прес“ продуцира. Той се очаква да бъде излъчен в национален ефир по bTV през ноември 2021 г. На финала му България ще види и кой е новият „Мениджър на годината“.

С иновативност и внедряване на съвременни модели на управление българският бизнес ще бъде в крак с глобалната конкуренция. Това заявява президентът Румен Радев на 14-ата церемония по награждаване на победителя в конкурса „Мениджър на годината 2021“, която се провежда на „Дондуков“ 2, съобщават от прессекретариата на държавния глава на 2 ноември.

Вратите на президентската институция винаги са били отворени за честния, прозрачен и отговорен български бизнес, заявява държавният глава.

Тази година 44 кандидати от 17 водещи сектора на икономиката са подали документи за конкурса „Мениджър на годината 2021“. От тях 35 са преминали във втори кръг, от който са излъчени и десетимата финалисти. Сред тях тази година с по двама финалисти са секторите „Аутсорсинг“, „Производство“ и „Финтех“. По един финалист излъчват секторите „Застраховане“, „Фармация“, „Финансови услуги“ и „Издателска дейност“.

Държавата разчита на бизнес лидери като вас за така необходимата трансформация на нашата икономика към иновативност, висок и устойчив

темп на растеж и производство и експорт на продукти с висока добавена стойност, заявява още президентът. Румен Радев подчертава, че те могат да разчитат на прозрачно, отворено и отговорно управление от страна на служебното правителство, което вече е доказало това с предвидимост, с инициативата за актуализация на бюджета, за да има средства за подкрепа в условията на криза, с предприетите компенсации на високата цена на електричеството, с понижаването на цената на природния газ за битовите потребители и гарантиране на една от най-ниските цени за бизнеса в Европа, както и с усилията да запази държавата и бизнеса отворени, за да не се прекъсват производствата и да не се губи конкурентоспособността. Ревизирането на Плана за възстановяване и устойчивост от служебното правителство гарантира на българския бизнес много по-ефективен и бърз преход към дигитална, кръгова, зелена и високотехнологична икономика, посочва още Румен Радев.

В моменти на криза всеки иска повече от държавата, но за да имаме демократична, модерна и силна държава, устойчива на кризи, трябва да обединим нашите усилия, за да гарантираме нейното укрепване, заявява президентът. По думите му България има огромна нужда от ефективно отстояване на върховенството на правото, защита на правата на гражданите и на собствеността, пресичане на корупционните схеми и нелоялната конкуренция, за да има качествено нови условия за гражданите и бизнеса, а младите хора да бъдат стимулирани да останат и у нас да разгръщат своя талант и възможности.

Победител в 14-ото издание на най-престижния конкурс за бизнес лидери е Мирослав Вичев, главен изпълнителен директор на БОРИКА АД. Това става известно след излъчения на 28 ноември по bTV документален филм „Мениджър на годината 2021 - Изкуството на успеха“, чрез който „МИТ Прес“ представя пред широката общественост постиженията на финалистите в конкурса през призмата на творческия дух и креативността.

Награждаването на победителя е кулминацията във филма. Името на победителя и тази година е обявено от президента на Република България Румен Радев. Мирослав Вичев получава високото отличие по-рано през ноември на церемония от затворен тип в президентската институция, прове-

дена в присъствието на финалистите от десетката на топмениджърите на 2021 г. и издателя на списание „Мениджър“, организатор на конкурса, Александра Мирчева.

„За постигането на такъв сериозен мениджърски успех има два основни фактора - мениджърският екип и доверието от страна на акционерите. В това отношение от назначаването ми БНБ и големите банки имат сериозно доверие в мен и днес се вижда резултатът“, казва минути след своето награждаване Мирослав Вичев. Победителят в конкурса получава специално изработена за конкурса пластика от бронз, символизираща откривателския дух, устрема и силата на водача. Наградата е дело на утвърдения български скулптор в областта на малката пластика Красимир Кръстев-Ломски.

По традиция пликът с името на победителя, излъчен от финалната десетка, е връчен на държавния глава от Силвия Пенева, управляващ партньор в „Делойт България“, се напомня в прессъобщението. Консултантската компания е изпълнител на създадената за конкурса методология. Експертите от „Делойт България“ извършват селекцията на кандидатите в три отделни етапа. При оценката на участниците се отчитат както финансовите им постижения, така и лидерските им качества чрез 360-градусови интервюта със служители и партньори. След това резултатите се валидират от обществен съвет, за участие в който „Мениджър“ кани личности с безспорен обществен авторитет. Тази година той е бил в състав: Маню Моравенов, изпълнителен директор на Българска фондова борса; Светла Костадинова, изпълнителен директор на Институт за пазарна икономика, и Елица Георгиева, ръководител корпоративни комуникации в ЛИДЛ (представляваща Милена Драгийска, „Мениджър на годината“ за 2020 г.). Нов компонент от методологията през 2021 година са постиженията в посока дигитализация и автоматизация на процесите, както и два важни аспекта в мениджмънта, които последната турбулентна година изведе на преден план - гъвкавост и устойчивост.

В тазгодишното издание на конкурса „Мениджър на годината“ специалният приз на името на проф. д-р Лъчезар Цоцорков „За развитие на регионите“ е присъден на Кристина Иванова, директор на TELUS International Bulgaria и вицепрези-



23 септември 2021 г. Финалистите в изданието на конкурса „Мениджър на годината 2021“

дент операции за България и Турция. Носителят на тази награда се откроява с ясно дефинирани цели за развитие на местните общности, изградена философия на компанията относно нейния принос към местните общности и регионалното развитие, механизми за реализация на философията и измерими резултати за успешно проведени активности, се посочва в прессъобщението.

2022

Финалистите в 15-ото юбилейно издание на конкурса „Мениджър на годината 2022“ са обявени на специална пресконференция в националния пресклуб на Българската телеграфна агенция на 4 октомври. Те са селектирани сред 42-ма номинирани. Очаква се победителят да стане ясен на 10 ноември на церемония в Софийската опера и балет, а БТА е медиен партньор на конкурса.

Финалистите в конкурса са:

Антония Събева - главен изпълнителен директор на „Мениджмънт Файненшъл Груп“ АД;

Атанас Фурнаджиев - управител на „Мото-Пфое“ ЕООД;

Владимир Спасов - прокурист на „М+С Хидравлик“ АД;

Димитър Гълъбов - изпълнителен директор на

Всеки един от десетимата финалисти в конкурса е отличен и със специална грамота за висши постижения в мениджмънта, връчени от партньори в конкурса. Екипът на списание „Мениджър“ изказва специална благодарност на всеки един от творците, влезли в ролята на ментори в снимачния процес на документалния филм и въвели финалистите в света на вечното изкуството.

„Съдърланд Глобъл Сървисиз България“ ЕООД;

Ева Елгес - главен изпълнителен директор на „Каргил България“ ЕООД;

Николай Николов - основател и управител на „Уърлд Транспорт Оувърсийз България“ ЕООД;

Светлана Стефанова - изпълнителен директор на „ФААК България“ ЕАД;

Филип Рувре - изпълнителен директор на „Модис България“ ЕООД;

Юлиян Христов - изпълнителен директор на „МагнаФарм България“ ЕАД;

Яни Драгов - собственик и изпълнителен директор на „Смарт Органик“ АД.

Деница Димитрова, управител на „МИТ Прес“ ООД и издател на списание „Мениджър“, заявява, че мисията на конкурса е да разказва историите на

успешните лидери. „Самите ние вярваме, че по този начин очертаваме пътя на прогреса“, казва тя. Според нея постиженията на мениджърите са още по-ценни в условията на трудните години.

По случай юбилея на конкурса тази година има обявени допълнителни четири категории: „Бизнес в първите 20 млн. лв.“, „Най-добър нов бизнес“, „Екип на годината“ и „Бизнес трансформация“.

Силвия Пенева, управляващ партньор в консултантската компания „Делойт“ - България и автор и изпълнител на специално създадената за конкурса методология за селекция на кандидатите, обявява, че интересът към „Екип на годината“ е бил най-голям. „Наблягаме на оценката за споделените цели, начина за тяхното постигане, лидерство и изграждане на доверие“, посочва тя.

Миналогодишният призвор в конкурса - главният изпълнителен директор на БОРИКА АД Мирослав Вичев, пожелава успех на всичките десет претенденти в тазгодишното издание. Той казва, че участието в конкурса си заслужава.

Успех на избраните топмениджъри пожелава и генералният директор на БТА Кирил Вълчев. „За БТА е чест за втори път да бъде домакин на събитието за обявяване на вашите имена – мениджърите на годината“, казва той. Вълчев подчертава, че в БТА от година има специализирана ре-

дакция и рубрика за икономика в сайта на агенцията.

„Говорим с имената на бизнеса, когато споменаваме инвестиции, проекти, нови продукти, и искаме това да бъде пример за всички български медии“, казва Вълчев.

Подготвяме заедно с колегите от „Мениджър“ специален брой на възстановеното и излизащо вече всеки месец списание ЛИК на БТА, където искаме да срещнем бизнеса с културата през вашия поглед, посочва също той.

Във връзка с предсрочните парламентарни избори Кирил Вълчев казва, че е даден „ясен знак“, че хората искат лидери. Като разгърнете списание „Мениджър“, може да прочетете доста хубави мисли за това какво е лидерство. Той цитира писателката Джоан Роулинг: „Най-подходящи за властта са онези, които никога не са я търсили, тези, на които лидерството е било натрапено и които намятат мантията, защото са длъжни, след което за своя изненада откриват, че я носят добре“.

„Виждам, че тук сте все хора, които не сте търсили това признание, но всеки един от вас го носи добре“, завършва приветствието си към финалистите Кирил Вълчев.



4 октомври 2022 г. В пресконференцията участват: Весислава Антонова, главен редактор на списание „Мениджър“, Силвия Пенева, управляващ партньор в консултантската компания „Делойт“ България, Деница Димитрова, управител на „МИТ Прес“ ООД, издател на списание „Мениджър“, Ирина Велева, главен редактор на сайта „Мениджър Нюз“, модератор на пресконференцията, Мирослав Вичев, главен изпълнителен директор на БОРИКА АД и носител на наградата „Мениджър на годината“ за 2021 г., Александра Мирчева и Кирил Вълчев, генерален директор на БТА.



4 октомври 2022 г. В Националния пресклуб на БТА се състои обявяването на финалистите в конкурса „Мениджър на годината“.

Всичките 10 финалисти в конкурса „Мениджър на годината“ определят 2022 г. като предизвикателна. Те споделиха своето мнение за това каква е била бизнес средата през тази година на пресконференция на 4 октомври в Националния пресклуб на Българската телеграфна агенция в София, на която са обявени техните имена.

Ръководителите в компаниите са единодушни в мнението си, че войната в Украйна е била най-голямото предизвикателство, пред което са се изправили. Като друга трудност те посочват и пандемията от COVID-19. Някои от тях са умерени оптимисти за следващата година.

Сред топмениджърите има и такива, които обръщат внимание на политическата обстановка у нас. Те посочват като предизвикателство и политическата криза в страната. Някои от финалистите отбелязват, че редовно правителство гарантира повече предвидимост за бизнеса, и напомнят, че компаниите имат нужда от стабилен партньор в лицето на държавата.

Антония Събева, главен изпълнителен директор

на „Мениджмънт Файненшъл Груп“ АД, споделя, че една от компаниите в нейната бизнес група оперира на украинския пазар. Ефективност на всички бизнес нива и инвестиции в информационните технологии е това, което ще продължи да развива компанията въпреки предизвикателствата, посочва Събева. Според нея през следващата година клиентите да запазят своя консерватизъм.

Атанас Фурнаджиев, управител на „Мото-Пфое“ ЕООД, посочва липсата на доставки и забавянето на производството. Той казва, че през 2022 г. търсенето е надвишавало предлагането, тъй като има недостиг на производства на нови автомобили в световен мащаб.

Владимир Спасов, прокурист, изразява надежда, че войната в Украйна ще приключи скоро. Икономически целият свят е засегнат от този конфликт, казва той и се аргументира с повишаването на цените на материали, доставки, електроносители, транспорт и др. Спасов подчертава и инфлацията като предизвикателство за 2022 г.

Димитър Гълъбов, изпълнителен директор на



Президентът Румен Радев връчва наградата „Мениджър на годината“ на Владимир Спасов, прокурист на „М+С Хидравлик“ АД.

„Съдърланд Глобал Сървисиз България“ ЕООД, също казва, че войната в Украйна е предизвикала притеснения, но реални сътресения в неговия сектор и отлив на инвестиции не са наблюдавани. Той обръща внимание на недостига на човешки ресурс.

Ева Елгес, главен изпълнителен директор на „Каргил България“ ЕООД, споделя, че въпреки предизвикателствата сферата, в която тя работи, се справя добре. Тя казва, че последните години вниманието се е насочило към това да се повиши защитата на работниците.

Николай Николов, управител на „Уърлд Транспорт Оувърсийз България“ ЕООД, казва, че след COVID-19 компанията му е регистрирала ръст, а дейността е била оптимизирана. Според него 2022 г. е наистина предизвикателна за всички нас. Потреблението пада навсякъде, посочва Николов. Относно 2023 г. песимистите са повече от оптимистите, все пак бих казал, че аз съм умерен оптимист. Мисля, че 2023 г. ще бъде повратна, посочва Николов. Според него също войната в Украйна трябва да приключи, за

да може хората да работят по-спокойно.

По думите на Светлана Стефанова, изпълнителен директор на „ФААК България“ ЕАД, нещата са доста динамични. Стефанова отбелязва, че COVID-19 и войната са довели до прекъсване на веригата на доставки, особено на електронни документи. Смятам, че цените на пазарите са прецедент. Трябва да оценяваме възможностите, казва Стефанова.

Финалист в конкурса „Мениджър на годината“ е и Филип Рувре, изпълнителен директор на „Модис България“ ЕООД. Той отсъства на пресконференцията, но е представен от финансовия директор Мариета Базелкова. По думите ѝ компанията е успяла да се справи с предизвикателствата и е заложила на оптимизация. Тя изразява надежда за стабилизиране на политическата ситуация в България. Според нея има „стопиране“ на важни решения.

Юлиан Христов, изпълнителен директор на „МагнаФарм България“ ЕАД, смята, че инфла-

ционният натиск се усеща от всяка една организация. Той е на мнение, че компанията му се справя добре в кризата, като е успяла по гъвкав начин да се адаптира към предизвикателствата.

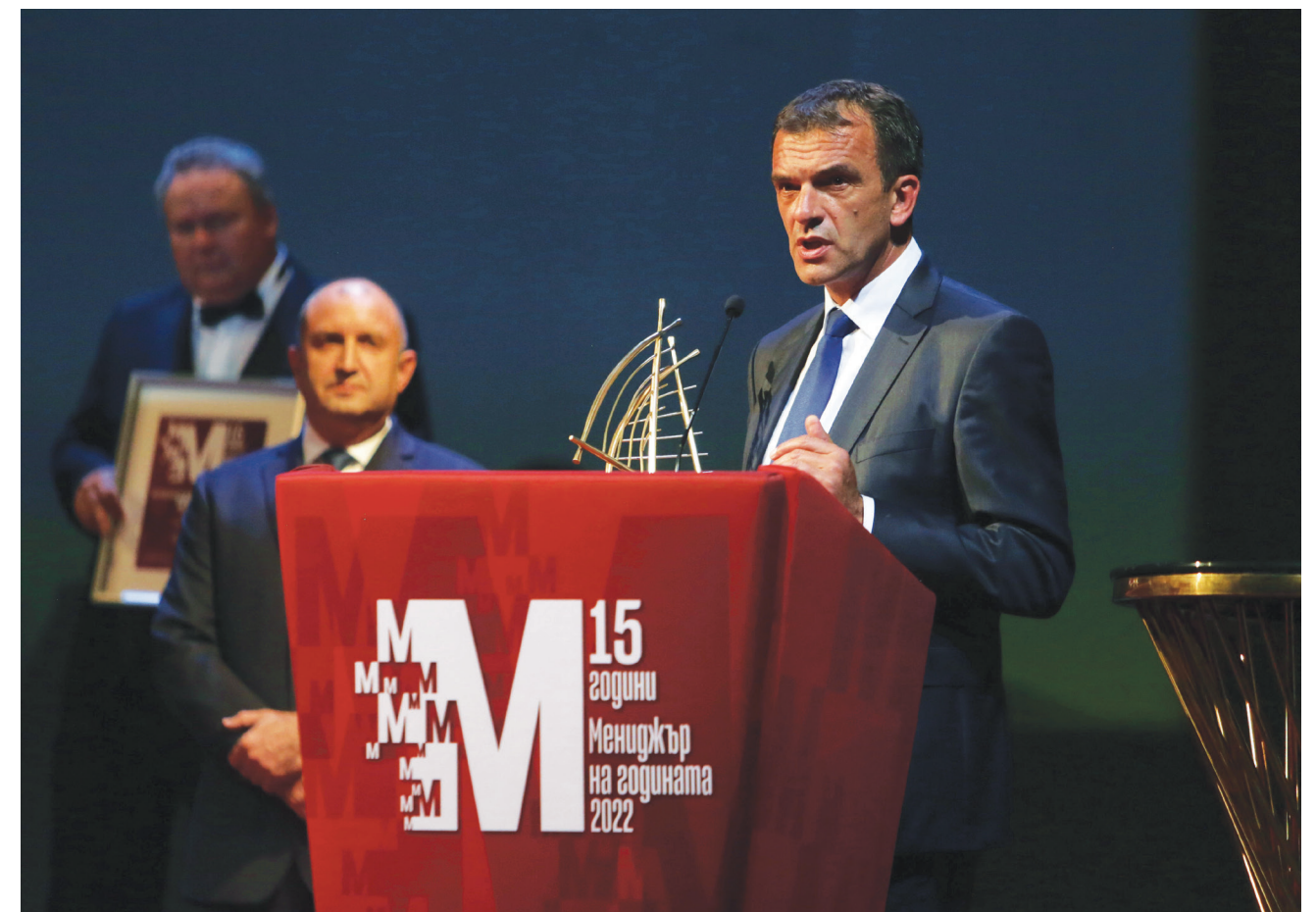
Финалист в конкурса е и Яни Драгов, собственик и изпълнителен директор на „Смарт Органик“ АД. Заради неговото отсъствие мнението си за 2022 г. изрази търговският директор Радостина Пенева. Според нея компанията изпълнява програмата си за стратегическо развитие така, както е заложена, въпреки международните събития. Въпреки очакваната рецесия, очакваме ръст на пазара на биохрана, казва тя.

На тържествена церемония в Софийската опера и балет на 10 октомври се провежда 15-ото юбилейно издание на конкурса „Мениджър на годината“, а БТА за втора поредна година е медиен партньор на конкурса.

В събитието по отличаване на бизнес ръководители за прилагането на добри управленски практики по традиция участва и президентът Румен Радев, под чийто патронаж то се провежда.

Деница Димитрова, управител на медийната група „МИТ Прес“ ООД и издател на списание „Мениджър“, посочва, че това, което сплотява присъстващите тази вечер, е, че всеки един от тях мисли за утрешния ден, а зад успехите им стоят всекидневни усилия. „Зададохте си правилния въпрос не как да избегнем опасностите, а как да излезем по-силни от тях“, се обръща тя към присъстващите мениджъри и техните екипи.

Десетимата финалисти са постигнали едни от най-впечатляващите успехи и са избрани сред 42-ма номинирани, се посочва в новината от деня. Тя се допълва от информацията, че за пръв път ще бъдат раздадени четири нови награди – „Най-добър нов бизнес“, „Бизнес в първите 20 милиона“,



„Бизнес трансформация“ и „Екип на годината“, с които конкурсът е надграден по случай своя 15-годишен юбилей.

За отделните категории са получени над сто номинации, а съревнованието е било на изключително високо ниво, става ясно на церемонията.

Наградата „Най-добър нов бизнес“ е връчена от директора на културната институция акад. Пламен Карталов, където събитието се провежда ежегодно, на „Ампеко“ ЕООД. Компанията работи в сектора на електрическата мобилност и за четири години е един от лидерите в своята област по света, и доказателство, че в България могат да се правят иновативни бизнеси на високо ниво, става ясно на церемонията.

За наградата „Бизнес в първите 20 милиона“ са се борили 22 компании. Зарина Генчева от „Метрореклама“ обявява, че тя се присъжда на „Агроман България“ АД. От 2016 година компанията е на пазара за висококачествени машини, техника, оборудване и механизация за фермата и стопанството, с грижа за природата.

Отличието за „Бизнес трансформация“ е връчено от Тонислав Попов, изпълнителен директор на „БТВ Медия Груп“, на „Фадата“ ЕООД - компания, която се занимава с дигитализация на застрахователния бизнес. Тя развива дейност на международно ниво, но „корените“ ѝ са у нас.

„Екип на годината“ става „Сименс“ - сред петима финалисти. Боряна Манолова, главен изпълнителен директор на технологичната компания у нас, посочва, че годината не е била лека и това прави наградата още по-специална.

„Както диригентът не може без своя оркестър, така и мениджърът не може без своя екип от изключителни професионалисти, даващи всичко от себе си“, казва още тя и благодари на колегите си.

Владимир Спасов - прокурист на „М+С Хидравлик“ АД, е „Мениджър на годината“ в 15-ото юбилейно издание на конкурса. Това обявява президентът Румен Радев на официалната церемония в Софийската опера и балет.

Преди да обяви победителя, президентът изтъква трудните условия за бизнеса и неизвестността пред него през 2022-ра, като посочва, че годината е изключително динамична, напрегната, наситена с кризи и предизвикателства, и откроява пандемията, войната в Украйна, енергийната

криза. Той обаче поздравява бизнеса за постигнатите резултати в тази сложна среда.

Българският бизнес расте, а данните за износа са наистина впечатляващи и това се дължи на факта, че в България имаме бизнес лидери, които със своите знания и кураж водят към още по-високи върхове. Давате ни вярата, че България може и се развива като модерна, като просперираща европейска държава, се обръща президентът към мениджърите.

Победителят Владимир Спасов благодари на семейството си и казва, че за него е изключителна чест да държи статуетката в ръцете си. Той благодари и на екипа си от 1350 души, които правят така, че „М+С Хидравлик“ да бъде един от световните лидери в сферата. Тази награда за мен е признание, че българското машиностроене не е забравено и в нас има хляб, казва още той.

„Мениджърът на годината“ се обръща и към колегите си, като изтъква, че всеки един от финалистите е достоен да притежава наградата. Статуетката прилича на платно на кораб, искам да пожелаая на всеки един от нас да бъдем здрави и попътен вятър, казва Владимир Спасов.

Преди обявяването на победителя, десетимата финалисти излизат заедно на сцената и са аплодирани от всички присъстващи на официалната церемония.

Александра Мирчева, собственик и издател на списание „Мениджър“, казва по-рано, че вечерта е специална, защото за тези 15 години конкурсът се е превърнал в авторитетен. За това време над 930 компании от всички отрасли на икономиката са подали номинации.

Този единствен по рода си формат има за цел да открие добрите практики на най-добрите лидери и професионалисти, отдали своята работа, за да имаме по-конкурентоспособна и обърната към бъдещето икономика, посочва тя и поздравява десетимата финалисти, които по думите ѝ създават промяната и стимулират развитието на българската икономика.

Мениджърът на годината е избран по специална методология на „Делойт България“, се припомня в новината от деня.

Всички неблагоприятни фактори, нестабилната и неизвестна среда за работа, ограничени възможности за реално планиране често ни поставя-

ха пред мисълта, че няма как при тези условия българският бизнес да не изпадне в дълбока стагнация. Но това, което се случи, е, че тази стагнация не е факт, напротив, българският бизнес расте, а данните за износа са впечатляващи и това се дължи на факта, че в България има бизнес лидери, които със своите качества, кураж, знания водят през изпитанията към нови върхове.

Това казва президентът Румен Радев на церемонията по удостояване на победителите в 15-ото издание на конкурса „Мениджър на годината“.

Вие ни давате вярата, че България може и се развива като модерна, просперираща европейска държава, обръща се президентът към представителите на бизнеса и им благодари.

Президентът изтъква трудните условия за бизнеса и неизвестността пред него през 2022-ра, като посочва, че годината е изключително динамична, напрегната, наситена с кризи и предизвикателства, и откроява пандемията, войната в Украйна, енергийната криза, продължаващата втора година спирала на икономическа нестабилност и липса на редовно правителство с дългосрочен, ясен хоризонт.

Знам въпросите, които ви вълнуват, най-големият е неизвестността - ще имаме ли ново редовно правителство, колко ще живее сегашният парламент, какви закони ще приеме, ще има ли предвидимост във вашата дейност, казва президентът, като добавя, че не може да отговори на тези въпроси, но уверява, че се прави всичко възможно да бъде излъчено редовно устойчиво правителство. Но докато това стане факт и когато стане, мога да ви гарантирам, че служебното правителство ще продължава да работи всеки един ден за вас, така че вие да успявате, казва държавният глава.

Като примери за това Румен Радев посочва, че служебното правителство успява да се пребори и да осигури финансите по оперативните програми, първия транш по Плана за възстановяване и устойчивост. Най-важното е, че то успява само за два месеца да разработи всички липсващи закони, които трябва да отключат пътя към дългоочакваните реформи, които да дадат това, което ни трябва - върховенство на правото, изсветляване на бизнес средата, задушаване на корупцията, предвидимост в различни области, посочва президентът.



10 ноември 2022 г. Отличените на церемонията „Мениджър на годината“, която се провежда в Софийската опера и балет.



„Мениджър на годината 2021 – Изкуството на успеха“

За постиженията на бизнес ръководителите в страната е важно да се говори и знае повече отвсякога. Затова през 2021 година „МИТ Прес“ продуцира документален филм, озаглавен „Мениджър на годината 2021 – Изкуството на успеха“, в който представи лидерите, които вдъхновяват със своя личен пример.

Филмът е своеобразен портрет на изкуството в бизнеса.

На пръв поглед изкуството и бизнесът нямат нищо общо помежду си. Но първият поглед не е достатъчен. Затова създателите на филма предлагат различна перспектива - финалистите в конкурса



„Мениджър на годината“ са представени през призмата на творческия дух и креативността, която предоставя друг, по-ясен поглед върху тяхната работа и роля на бизнес лидери. Посланието на филма е, че изкуството и бизнес лидерството споделят една обща благородна цел – да направят света по-добро място. Да го оставят по-хубав, по-добър и по-смел.

Водещ в това филмово пътешествие в света на успеха и таланта е актрисата Теодора Духовникова.

„Мениджър на годината 2021 – Изкуството на успеха“ беше излъчен премиерно в ефира на bTV.



Снимки: списание „Мениджър“, фотограф: Калин Георгиев



Финалистите в конкурса „МЕНИДЖЪР НА ГОДИНАТА“ 2022 година

Екипът на дирекция „Икономика“ на БТА разговаря с деветима от финалистите в тазгодишното издание на конкурса „Мениджър на годината“.

Бизнес лидерите Антония Събева, Атанас Фурнаджиев, Владимир Спасов, Димитър Гълъбов, Ева Елгес, Светлана Стефанова, Филип Рувре, Юлиан Христов и Яни Драгов споделят как оценяват бизнес средата в България и с какви предизвикателства се сблъскват компаниите им.

Топмениджърите разказват пред икономическите журналисти на БТА и за личните си впечатления от съвременното българско изкуство и споделят мнението си за мениджмънта на културата в България.

Финалистите в конкурса посочват кои са според тях управленските качества, които отличават добрия мениджър. Те търсят и връзката между уменията да управляваш и творческия процес, освен това правят паралел между бизнеса и конкретни произведения на изкуството.

За част от номинираните мениджъри тази година управлението на бизнеса напомня на работата на диригента, който обединява екипа, за да звучи в синхрон. За други по-видима е връзката между бизнеса и изобразителното изкуство, в което се изисква много прецизност, за да създадеш шедевър. За трети бизнесът е като Тадж Махал – единството между гениална идея, точно планиране, перфектно изпълнение и много любов...

Фотограф на снимките в интервютата с финалистите е Юлиан Донов. Кадрите са предоставени от списание „Мениджър“.



АНТОНИЯ СЪБЕВА, „Мениджмънт Файненшъл Груп“ АД:

**Всеки
ръководител,
подобно
на диригент,
„завършва“
общата идея
с помощта
на екипа си**

Антония Събева е главен изпълнителен директор на „Мениджмънт Файненшъл Груп“ АД. Тя стартира кариерата си в първата от компаниите в групата „Изи Асет Мениджмънт“ АД през 2010 г. като част от одиторския екип на компанията. Оттам преминава към технологичния хъб на групата Smart IT на позиция директор. Има две магистърски степени – по счетоводство и контрол и по финанси от УНСС.

Management Financial Group (MFG) обединява български компании, чиято мисия е да осигуряват възможност за лесен достъп до финансиране на всеки. Някои от компаниите от групата са на българския пазар от над 17 години. MFG оперира на шест пазара в Европа: България, Румъния, Украйна, Полша, Испания и Северна Македония, и работи по предоставянето на продукти и услуги на още няколко пазара в Европа и Северна Америка. Отговорен работодател на над 8300 души в над 450 офиса.

Г-жо Събева, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Непрекъснато говорим, че съвременният свят е изключително динамичен, че ежедневието ни е забързано и т.н. Всичко това е вярно, което добавя към качества на мениджъра и гумичката „бързина“, а именно – да е добър и бърз координатор, да е ясен и навременен комуникатор, да съобразява бързо, виждайки зад думите и детайлите на ситуацията. Мениджърът трябва да е добър мотиватор, да подбира и познава добре екипа си, да го поддържа и развива. Трябва да е внимателен към детайлите и да познава дълбоко хората и естеството на тяхната работа. Да има здраво и балансирано его.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в кратко-

срочен план?

– Финансовата сфера не функционира добре в условията на криза. Задаващата се рецесия няма как да не повлияе на бизнеса във всички сфери на икономическия живот. Ние залагаме на здравословни ръстове, а това в следващата година изглежда трудно постижимо, но не и невъзможно. В такива времена възможности наистина могат да бъдат открити навсякъде. В нашето ДНК е заложено именно търсенето и намирането. Ключовото тук е да не се пропуска моментът, а подходящият момент е винаги „сега“. В MFG знаем, че кризата е възможност да изхвърлиш всичко, което ти тежи, и да препоредис приоритетите си. Знаем от опит, че кризата е една допълнителна възможност да заложиш на стойността.

В допълнение, най-добрите антикризисни мерки се вземат далеч преди дадена криза да е дошла. При нас ежегодно правим оценка на риска, анализираме различните фактори и предприемаме действия, които целят да направят компаниите ни по-устойчиви при евентуални сринове, оптимизираме всеки бизнес процес, така че той да се случва по-ефективно, леко и в удобство за клиентите ни.

С какво умението да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– Може би най-голяма близост има с ролята на диригента: със специално подбран екип, всеки със собствените си умения и инструментариум, вървят към голямата цел – завършеност на общата идея. Макар и в отделни моменти солово играчи да имат по-голяма или по-малка роля, водеща е общата идея и синхрон на всички ни. Както един диригент, така и добрият ръководител във всеки един момент трябва (при диригентите е миг; те са мениджъри виртуози) да знае кой къде се намира, да вижда и чува какво прави, да знае какво трябва да направи и да му подаде навременния сигнал за поправка и/или включване. Подобно на диригента, с помощта на своя екип всеки ръководител „завършва“ своята творба. А ако ръководителят успее да ръководи своя екип по силата на вътрешната мотивация, завладяя единствено и само от емоцията, а не от други външни стимули, то тогава приликата става още по-голяма.

На кое изкуство бихте оприличили вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Доколкото ролята на изкуството е да ни помага, да ни сближава, да ни прави по-човечни и отговорни към себе си и околните, то да, нашият бизнес има доста общо с изкуството, но с изкуството като цяло. Твърде абстрактно ми е да го сравня с точно изкуство и още повече – произведение.

Вие самата имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Моята детска мечта беше да съм актриса и оттам влечението ми към театъра и киното винаги е било голямо. За талант не бих казала, че имам. Определям се по-скоро като умерен ценител.

Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– Ако говорим за държавата и нейната роля в мениджмънта на културата, по-скоро бих казала, че е невидима за обикновения човек, ценител на изкуството. Преминахме през серия от избори, но в нито една програма на политическа партия не чух за нейната културна политика – т.е. каква предлага да е стратегията на държавата за развитието на културата, какви средства и форми предвижда за финансирането. Този факт сам по себе си говори за културата в нашата държава. Осъзнавам, че държавата ни има много и големи предизвикателства, но културата е тази, чрез която най-устойчиво се променя и формира бъдещето. Културните мениджъри (физически лица) са не само тези, които развиват изкуството, но те са и нашите дипломати по света, запознавайки го с нашите таланти и достижения в тази сфера, разказвайки за нашето минало, настояще и идентичност. Техните проекти по-скоро са видими, макар и само за търсещия културата човек, което е обяснимо при липсата на средства за реклама. Най-важният ни културен мениджър – държавата, трябва да помисли по-добре за опазването и развитието на културата.

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Аз съм родом от Бургас – град, известен със своите артисти, поети, певци и въобще хората на културата. Освен че изпитвам безгранично благоговение пред хората на изкуството, съм частлива и от факта, че имаме много талантлив творци. Изключително ми е приятно, че около мен все по-често се говори за български сериали, които се излъчват по телевизиите. Подразнена съм чисто егоистично от факта, че за разлика от американските, сезоните на българските сериали са доста по-кратки и чакам доста (според моя измерител) време, за да излезе новият, но откъм съдържание ги определям за доста по-концентрирани. Мазохистично звучи, но ме радва и фактът, че за доста представления става все по-трудно да се „вредиш“ за билети, особено когато наближи датата, каквото обикновено е моят случай, и при това не става въпрос само за премиерите.

Що се касае до модерното изкуство, не бих казала, че го разбирам и ми е трудно да го оценя, но съзнавам неговия принос за поставянето на България на културната карта на света.

И понеже говорихме за общото между диригента и мениджъра, искам да открия нещо прекрасно, на което присъствах в края на миналата година и е останало в съзнанието ми с емоцията и „цветовете“ си. Това е концертът „Коледа“ с музика на арх. Димитър Ненов, под диригентството на маестро Йордан Камджалов. Той, със своята Музикална лаборатория за човека към фондация „Йордан Камджалов“, е един от прекрасните български примери за новаторство в културата и развиване на стереотипи, за обединяване по силата на емоционалното съпреживяване.

Атанас Фурнаджиев, „Мото-Пфое“ ЕООД: В изкуството, както и в бизнеса, е ключово да знаеш с какви ресурси разполагаш и как да ги оползотвориш по най-добрия начин

Атанас Фурнаджиев е управител на „Мото-Пфое“ ЕООД. Той завършва УНСС със степен бакалавър по счетоводство и контрол и магистратура по бизнес администрация на международната търговска дейност. Професионалният му път е свързан с „Мото-Пфое“ от 1993 г., където постъпва като счетоводител. През 1994 г. става финансов директор, а от 2002 г. и досега е управител на всяка от фирмите в групата – „Мото-Пфое“ ЕООД, „Мото-Пфое БГ“ ЕООД, „Мото-Пфое Лизинг“ ЕООД и „Пфое Агенция“ ЕООД.

„Мото-Пфое“ е официалният вносител и дилър на Ford, Volvo, Jaguar и Land Rover. В групата „Мото-Пфое“ са още застрахователният брокер „Пфое Агенция“ ЕООД и „Мото-Пфое Лизинг“ ЕООД.

Г-н Фурнаджиев, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Добрият мениджър трябва да притежава много разнообразни качества, за да бъде успешен лидер, да изгради доверен екип и компанията му да расте и да се развива. Това е много отговорна задача и всеки, който заема такава позиция, преди всичко трябва да бъде организиран. Често се налага да взимаме бързи и адекватни решения, затова задължително умение е аналитичното мислене, с което се преценяват рисковете и се прогнозира развоят на събитията. Добрият мениджър е препоръчително да дава свобода на своите служители, без да ограничава идеите им в рамка. Самият той трябва да се стреми да има въображение и гъвкавост. Доверието също е много важно при успешното управление – необходимо е да се създаде благоприятна среда, в която всички работят ползотворно в името на една и съща цел. Той подкрепя и насърчава екипа си в карьерното му развитие, мотивира с личен пример, като непрестанно се обогатява и информира по различни теми. Той трябва да има ясна визия, да е продуктивен и ориентиран към резултатите. И не на последно място – проспериращият мениджър трябва да бъде търпелив. Добрите и качествени неща често изискват време, но накрая усилията си заслужават.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– Бизнес средата в България е много динамична и предизвикателна през последните години. Конкурент-

ността във всеки отрасъл значително нарасна – през изминалото десетилетие се появиха малки, средни и големи фирми, които направиха истински фурор на пазара – от стартни до компании с международни признания, рекорден оборот и солиден брой иновативни проекти. За да оцелееш в подобна среда, трябва осезаемо да се открояваш – с по-добър продукт, по-надеждна услуга, по-подготвен персонал, по-улеснена потребителска пътека. Съвременният клиент е много критичен и за да отговорим на тези изисквания, трябва да предлагаме добавена стойност към това, което той може да получи и от други автомобилни вносители и производители. Част от предизвикателствата са продължаващият глобален недостиг на чипове, високата инфлация в България и липсата на стабилно политическо управление. Въпреки тях „Мото-Пфое“ активно работи върху осигуряване на електрифицирано и свързано бъдеще чрез разширяване на гамата си от екосъобразни автомобили, както и предлагане на най-широк и пълен набор от услуги за мобилност.

С какво умението да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– В изкуството, както и в бизнеса, е ключово да знаеш с какви ресурси разполагаш и как да ги оползотвориш по най-добрия начин. Има хора, които притежават много средства и имат много време, но не знаят какво да правят с тях. Трябва да познаваш бизнеса добре, да си служиш с модерни похвати, да прилагаш ефективни стратегии. Творческият процес изисква правилно планиране, прозорливост и креативност. Същите умения помагат и в управлението на хора и процеси. Понякога има непрегвигени ситуации, нещата могат да се объркат в последния момент или да допуснеш грешки, но това е част от пътя. Тогава абстрактното мислене намира израз в съчетаването на процесите и явленията и достигането до определени изводи. Наличието на идеи и тяхното превръщане в реалност, овладяването и контролирането на стреса, както и идентифицирането на благоприятни възможности, са едни от водещите двигатели и в бизнеса, и в изкуството.

На кое изкуство бихте оприличили вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Бизнесът може да бъде сравнен с всяко едно изкуство, защото и в двете се изисква предварителна подготовка – осигуряване на необходимите ресурси, анализ на ситуацията, време за реализация. Процесът от възникването на идеята до осъществяването ѝ и



В бизнеса, и в изкуството е един и същ. Те си приличат по това, че и двете изискват да имаш визия какво искаш да изградиш, как да го постигнеш и докъде искаш да стигнеш. Изкуството ни позволява да виждаме света от различни гледни точки, което ни прави съпричастни към останалия свят. Стимулира ни творчески, ставаме по-добри, по-продуктивни, по-възприемчиви към идеи и променящи се събития. Сходни качества важат и за бизнеса – ако успяваш да мислиш пълноценно, имаш ясна концепция и стратегия, решенията ти се простират отвъд стандартното, тогава вероятно ще се отличиш и ще направиш нещо значимо. И в бизнеса, и в изкуството важно е да правиш нещата с желание и любов.

Вие самият имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Харесвам музиката още от дете. Любител съм на народните песни и хора, които с удоволствие пея и танцувам. Смятам, че българският народ с основание се гордее с фолклора си, който носи традиции и култура, предавани от поколение на поколение. В това се състои част от националното ни богатство и то е едно от нещата, които в най-голяма степен ни отличават от другите народи и етноси. На фона на забързаното ни ежедневие и начин на живот българските народни песни и танци, фолклорни обичаи и традиции ни завръщат към корените ни, за да ни припомним истински значимите неща и колко е важно да имаме будно самосъзнание, да пазим и почитаме историята си и да продължаваме да предаваме неостаряващите неща във времето. Затова често, когато имам възможност, пея народни песни и танцувам хора.

Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– Несъмнено има значими проекти, но определено те биха могли да станат по-ярки и видими – не само

у нас, а и в чужбина – чрез по-добър мениджмънт. Бизнесът все повече трябва да участва в обществения живот на страната и да се ангажира с каузи, които да допринасят цялостно за развитието на културата и народа ни.

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Определям съвременното българско изкуство като недостатъчно оценявано от нас. Много често се възхищаваме и издигаем в култ чужди изпълнители и техните творби и произведения, докато тук има толкова талантливи артисти, творци и спортисти, за които глобалният свят не е чувал. За щастие, някои от тях успяха да се издигнат на голямата сцена и да стигнат международни висоти и признания – например ансамбълът ни по художествена гимнастика, гласът на Евровизия, номинациите и наградите ни във филмовата индустрия. Има още десетки примери, които показват заложените на родните ни таланти, с които непременно трябва да се гордеем. „Мото-Пфое“ от години подкрепя българския театър и опера и участва активно в инициативи, свързани с опазването на историческото, природното и културното наследство на България. Апелирам към хората да посещават театрални и музикални постановки, да се интересуват от изкуството ни, да четат книги и да отделят време за активности, с които да спомагат за развитието на културната дейност у нас, като същевременно се обогатяват и разширяват мирогледа си.



Владимир Спасов, „М+С Хидравлик“:

Художникът може да сложи ново платно, но в бизнеса нямаме право на сериозни грешки

Владимир Спасов е прокурист на „М+С Хидравлик“ АД. Той е завършил ПМГ „Никола Обрешков“, Казанлък, със златен медал, ВВМУ „Никола Вапцаров“, Варна, специалност „Инженер корабоводител“. Има магистърска степен от СА „Димитър Ценов“, Свищов, специалност „Мениджмънт на търговската дейност“. Работи последователно в „Параходство БМФ“ като трети помощник-капитан, „Капрони“ АД като ОТКК и организатор пазари. От 2000 г. до момента е част от „М+С Хидравлик“ АД.

„М+С Хидравлик“ е специализирана в производство и търговия с хидравлични продукти – орбитални мотори, хидростатични сервоуправления, клапани, хидравлични спирачки, аксиално-бутални мотори и помпи.

Г-н Спасов, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Интелектът, познанието на детайлите, проактивността, личният пример са все качества, без които не можеш да си успешен и да привличаш хората си на страната на каузата си. Каузата всъщност би следвало да не се възприема като такава на мениджъра, а да бъде осъзната като обща на екипа – тогава наистина си добър и успешен. Добрият мениджър е като родител, който възпитава и убеждава на база подходящите житейски, в случая бизнес аргументи. Добрият родител е най-убедителен, когато съумее да бъде приятел с децата си, а не тиранин – така е и при управлението на екип – най-полезен си, когато съумееш да създадеш съмишленици, а не просто подчинени.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– В България има по принцип идеални обстоятелства за правене на успешен бизнес. Лошото е, че понякога те са само „на хартия“. Това, което ни липсва най-много, е стабилността и предвидимостта. Бизнесът е проактивният фактор в развитието на обществото. Не само в местните общности, но и в национален и глобален мащаб. Създаването на нови работни места, развитието на иновативни бизнеси и продукти са катализаторът на развитието. Нещата не се случват с административни решения на държавата, а с динамични промени и възможности, предла-

гани от бизнеса. Това е изключително важно да бъде осъзнавано от всяко едно правителство – бизнесът трябва да бъде чуван, а не просто експлоатиран.

Това, което може би най-много ни липсва, е национално отговорно поведение от всички политически сили, а не конфронтация.

Трябва да се научим, че постигнатото досега трябва да се нагеражда, а не да се разрушава направеното от някой друг.

Конкретно в нашия сектор има няколко неща, които ще бъдат определящи в краткосрочен план, като може би най-важно е да има геополитическа стабилност и предвидимост. Това до голяма степен би решило и проблемите във веригата на доставките, овладяване на инфлацията и концентрацията на усилията ни в посока на иновативното развитие.

С какво умението да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– При всички положения има общи черти в правенето на изкуство и бизнеса. Но докато един композитор или художник може да скъса нотните листове или да сложи просто ново платно пред себе си – в бизнеса нямаш право на сериозни грешки. Трябва обаче и в двата случая да умееш да предвиждаш възможните различия и несъответствия, за да „нарисуваш“ нещо красиво...

На кое изкуство бихте оприличили вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Може би най-близко до бизнеса е симфоничната музика – да умееш да вплетеш в едно различните инструменти и изпълнители, за да чуеш и видиш произведение, което „гали ухото ти“...

Вие самият имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Не мога да рисувам, за съжаление, но обичам да пея. Дали мога да пея – по-добре другите да кажат, но наистина обичам да се забавлявам с приятели. Като по-малък свирех и на китара и съжалявам, че не продължих да развивам уменията си.

Иначе обичам и умея да оценявам доброто изкуство. Слушам почти всички жанрове музика, обичам да посещавам изложби, концерти. Със съпругата ми възпитаваме по същия начин и децата си, от което съм много щастлив.



Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– За съжаление, считам, че не са видими проектите в България или поне не на ниво, което да стига до много хора. В днешни времена и културата, и изкуството все повече се превръщат не в творчество, а в стремеж за оцеляване, правейки доста често компромис с красотата за сметка на това, което „се продава“...

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Определено считам, че българското кино е в подем в последните години. Все по-често гледам с удоволствие български филми и сериали – някак нещата взеха да се получават след първоначалното буксуване в годините на демокрацията.

Творчеството на Христо Явашев е световнопризнато и, разбира се, популяризира страната ни по света.

Имаме традиция и в областта на оперното пеене – български гласове на световно ниво.

Но някак, с изключение на киното, като че ли по-голяма известност за стойностните български постижения в изкуството има навън, а не в България – това е нещо, което считам, че задължително трябва да се промени.

Победителят в конкурса "Мениджър на годината 2022"





Димитър Гълъбов,
„Съдърланд
Глобъл Сървисиз България“:
**Бизнесът ни прилича
на джаз музика –
съвкупност от сложни
мотиви в едно цяло**

Димитър Гълъбов е изпълнителен директор на „Съдърланд Глобъл Сървисиз България“ ЕООД. Той има над 20-годишен опит в сферата на бизнес развитието и управлението на центрове за обслужване на клиенти, изнесени услуги и бизнес процеси. Заемал е управленски позиции в международни компании от различни сектори. Магистър по икономика от УНСС и по бизнес администрация от Американския университет в България.

„Съдърланд“ е глобална организация за трансформация на бизнес процеси, обслужваща клиенти във всички основни индустриални вертикали. Със седалище в Рочестър, Ню Йорк, „Съдърланд“ наема хиляди професионалисти от 20 страни по света. Екипът на „Съдърланд“ в България се състои от над 2200 служители в офисите в София, Варна и Бургас. Те обслужват 22-ма клиенти на 19 езика.

Г-н Гълъбов, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Адаптивното мислене, гъвкавостта, емоционалната интелигентност и емпатията са част от уменията на успешните лидери. Особено важно за успеха на всеки мениджър в тази динамично развиваща се бизнес среда е и любопитството, постоянното търсене и познаване на най-новите тенденции и технологии в различните индустрии, както и способността и желанието да стимулира управление на промяната.

Успешният лидер трябва да е визионер, да има силна интуиция и да е готов да поема премерени рискове.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– Липсата на стабилно управление у нас създава непредвидима и трудна за прогнозиране среда. Често важни решения биват отлагани, стартирани инициативи се поставят на пауза, създава се риск за привличане на нови чуждестранни инвестиции.

В този контекст очаквам час по-скоро съставяне на правителство, което да създаде среда на предвидимост; прозрачност и засилен диалог с бизнеса; да поеме ясни ангажменти и да постави приоритети със срокове за изпълнение.

От друга страна, членството ни в Европейския съюз, значителната стабилност на водената до момента фискална политика, плоският данък и умерените политически практики поддържат условията за успешен бизнес.

Основните предизвикателства пред нашия сектор са задълбочаващата се демографска криза, тежките процедури за наемане на служители от държави извън Европейския съюз и остарялата уредба за трудови правоотношения.

Макар и да се направи немалко в тази насока, образователната система все още не успява да създаде кадри с умения, които да задоволят нуждите на индустрията.

В допълнение към предизвикателствата бих посочил и високата инфлация от последната година.

С какво умението да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– Първото, което изплува е съзнанието ми, е ролята на диригента в музиката. Той носи отговорността за темпото, емоцията, концентрацията на всеки музикант и задоволството на публиката от изпълнението.

За целта трябва да познава до съвършенство произведението, силните страни на всеки свой музикант и звученето на инструментите.

Диригентът определя посоката и темпото, участието на различните музиканти и инструменти, обединявайки всичко в изпълнение шедьовър, което докосва сърцата на публиката.

На кое изкуство бихте оприличили Вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Бих го оприличил на джаз музика. Тя е съвкупност от изключително сложни мотиви, преплетени в едно цяло и даващи смисъл и характер на произведението. Това се постига чрез комбинацията на подходящи инструменти, отлични музиканти и сложни импровизации, които създават приятно за ухото на ценителите изпълнение.

Признавам, че не всеки би го възприел лесно, но тези, които го разберат и усетят, наистина ще оценят неговата стойност.

Вие самият имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Аз лично обожавам музиката и свиря на пиано. Обичам да подбирам различни стилове спрямо настроението - от класическа музика, ритъм и блус, рок до импровизации на свободна тема.

Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– Смятам, че проектите биват забелязвани предимно от въвлечените в тях хора и проявяващите истински интерес.

За обикновения потребител те често остават невидими или попадат случайно в ползрението му. В тази връзка мисля, че има още много какво да се направи за популяризиране на културата у нас и създаване на вълна от нови нейни последователи.

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Имаме чудесни изпълнители, актьори, художници и музикални групи, народната ни музика и танци също са много популярни в световен мащаб, като предизвикват емоции у представители на най-различни култури.

И въпреки че ценителите на изкуството се възползват от това българско богатство, масово българите не са добре запознати с културния живот у нас.

Може да се направи много повече за популяризирането му.



Ева Елгес,
„Каргил България“ ЕООД:

Както творческият процес носи вдъхновение не само на творците, но и на зрителите, така и ние, мениджърите, трябва да вдъхновяваме хората си и да се грижим за тях

Ева Елгес е главен изпълнителен директор на „Каргил България“ ЕООД.

Тя е управител на Cargill Business Center от 2018 г. Има повече от 20 години опит в областта на финансите и управлението. В професионалната си кариера е заемала ръководни позиции, свързани с управлението на финансите, в световни компании като Bombardier, Bosch Rexroth, Transylvania Bank и InBev. Притежава MBA и бакалавърска степен по икономика от Икономическата академия в Букурещ.

Cargill в България с първото си дружество – Cargill Agricultural Supply Chain EMEA, е основана през 2006 г. в София. През 2013 г. отваря втори офис във Варна, където екипът на компанията, занимаващ се с океански транспорт (Ocean Transportation), осъществява глобалната търговия на Cargill посредством координация на морски плавателни съдове. През 2014 г. е създаден Центърът за споделени бизнес услуги в София (Cargill Business Services Sofia – CBS Sofia). В момента в компанията работят над 1400 служители.

Г-жо Елгес, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Добрият мениджър трябва да може да зарежда с енергия хората за висока производителност, да внася новостите и да постига изключителни резултати. Добрият мениджър винаги трябва да поставя хората на първо място, защото, преди да бъдем лидери, мениджъри или специалисти, ние сме хора. Добрият мениджър трябва да бъде автентичен, вдъхновяващ, да мисли системно и стратегически, да е гъвкав, издръжлив, решителен и с желание за постигане на резултати.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– Като компания, която е в бизнеса от 157 години, бурни времена като тези, в които живеем сега, не са нещо непознато. И все пак екстремните събития от 2022 г., включително продължаващата пандемия от КОВИД-19, лошото време, смущенията в търговията и нахлуването на Русия в Украйна, ни дадоха основателна причина да се съсредоточим върху най-важното: да се уверим, че светът има храната, от която се нуждае. Навсякъде, където „Каргил“ оперира, компанията действа като глобален партньор, който е локално фокусиран върху изграждането на по-устойчива хранителна система и нашата амбиция е да имаме най-устойчивите вериги за доставка на храни в света.

С какво умението да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– Управлението на хора и процеси е наистина отго-

ворна задача, която изисква от нас отдаденост. Като творческият процес носи вдъхновение не само на творците, но и на зрителите, така и мениджърите трябва да вдъхновяваме хората и да се грижим както за тяхното физическо здраве, така и за психическото им. Принципиите на „Каргил“ са много близки до тези, които качествено изкуство проповядва, а именно винаги да постъпваме правилно, да поставяме хората на първо място и да се стремим да постигаме все повече и повече.

На кое изкуство бихте оприличили вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Бих оприличила „Каргил“ на театрално изкуство. Навсякъде, където „Каргил“ оперира, компанията действа като глобален партньор, който е локално фокусиран върху изграждането на по-устойчива хранителна система, и нашата амбиция е да имаме най-устойчивите вериги за доставка на храни в света. Част от това е и една от основните ценности на компанията, а именно да помага на общностите да процъфтяват. Това е нещо, което и театралното изкуство прави в известен смисъл. Хората отиват на театър поради различни причини, но най-важната е да се обогатят. Към това се стремим и ние – да караме служителите ни, клиентите ни и обществото, в което живеем, да процъфтяват и да се обогатяват. Правим го чрез различните социалноотговорни области, в които оперираме, като образование, околна среда и благотворителност.

Вие самата имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Да, имам! Обичам да рисувам, но не съм професионалист в това. Обичам да гледам и театрални постановки, да усещам пулса на актьорите, емоцията и страстта, които предават. Чрез тези културни преживявания научих много за това, как да използвам всички тези човешки емоции в професионалното си развитие. Жалко, че напоследък сме лишени от тази привилегия да сме близо до театъра и неговите пиеси.

Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– Не мога да отговоря обективно на този въпрос, защото последните 3 години ни държаха далеч от културата.

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Не мога да кажа, че съм много близо до съвременното изкуство и култура в България, но мога да кажа, че всички, които имат страст в тази посока, трябва да следват мечтите си в тази сфера. За мен театърът е мястото, където се чувствам близо до емоциите, мислите и чувствата на хората.

Светлана Стефанова, „ФААК България“ ЕАД: Умението да създадеш екип от успешни и щастливи хора е истинско изкуство

Светлана Стефанова е изпълнителен директор на „ФААК България“ ЕАД. Тя има магистърски степени по изчислителна техника и промишлен дизайн от Русенския университет „Ангел Кънчев“. Доктор по специалността „Автоматизация на области от материалната сфера“. Ръководила е дейността на американската група DATAPARK в България, която продава през 2012 г. бизнеса си на италианската група FAAC. „ФААК България“ е част от FAAC Group, световен лидер на пазара за автоматизирани системи. Предлага пълна гама от цялостни решения за автоматизация на гаражни врати, автоматични бариери, пешеходни входи, боларди и системи за управление на паркинги. Има над 3600 служители в 29 страни и търговска мрежа от официални дистрибутори в повече от 80 страни.

Г-жо Стефанова, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Джим Рон много добре описва най-важните му качества: „Да бъде силен, без да е груб; учтив, без да е слаб; гързък, без да е насилник; предпазлив, без да е мързелив; смирен, без да е плах; горд, без да е арогантен; с чувство за хумор, без да изглупява“. Но на първо място според мен трябва да бъде почтен човек.

Предвид динамиката на времето, трябва да бъде любознателен, да не се страхува да пита и да продължава да учи, да има бизнес нюх и стратегическо мислене. Да се вслушва в другите, като поема личната отговорност за окончателното решение. Да може да признава грешките си и ако падне, да може да се изправи и да продължи.

Да бъде истински лидер.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– Бизнес средата в момента е доста сложна, и то не само при нас. Затрудненията за компаниите идват от сериозното нарушаване на веригата на доставки и повишените, понякога грабично, цени на основни суровини и компоненти. Липсата на кадри, особено в IT сектора, е също голямо предизвикателство. А политическата обстановка само създава допълнителна нестабилност. Като резултат в последните месеци общите разходи за производство и работна сила се увеличили и това увеличение е над средното за Евросъюза.

Въпреки трудностите обаче смятам, че в България

имаме поредния шанс, от който трябва да се възползваме. Много от европейските компании се насочиха в търсене на доставчици от нашия регион. Сега е и моментът да потърсим нови възможности за растеж с наличните ни ресурси чрез реструктуриране и оптимизация на процеси.

С какво умението да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– Ако се позовам на мъдростта на китайския владетел Тан Тайдзун, то управлението е изкуство. За себе си близост между двата процеса откривам най-вече в това, че решения трябва да вземаме с мисълта какво ще оставим след нас, по какъв начин ще променим хората и средата. Велики творци са посвещавали целия си живот на своето начинание. Вярвам, че мениджърите също трябва да сме посветени на работата си.

Независимо от сферата, считам, че управлението на хора е по-сложният процес. Умението да виждаш най-доброто у другите, да обединиш различията и да успееш да създадеш екип от успешни и щастливи хора, е истинско изкуство.

На кое изкуство бихте оприличили вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Всеки бизнес е екипна работа, затова бих се насочила към изкуства, които обединяват таланти, а не са резултат от индивидуални усилия. Както твърди Винита Кинра, Тагж Махал е построен от екип и без екип би бил само далечна мечта.

Ако трябва да потърсим директната връзка, то такава имаме с архитектурата, която буквално създава средата, в която живеем. Поради тази причина отговорността е голяма. С нашите устройства и системи ние се вписваме в същата тази среда и, надявам се, ненапращиво я допълваме. Ако се огледате, ще забележите продукти с марката ФААК навсякъде: влизайки в жилищни и обществени сгради, паркирайки, използвайки градския транспорт, на летища, в хотели.

Творбата, на която много ми се иска да оприлича нашия бизнес, е споменатият Тагж Махал като пример за единството между гениална идея, точно планиране, перфектно изпълнение и всичко това с много любов.

Вие самата имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Имам късмета да съм отраснала и да живея в Русе – град, пропит с култура. От дете посещавам театрални и оперни представления и симфонични

концерти, водена от семейството ми. Харесвам традицията, която се спазваше от моите учители за въвеждане на децата в света на изкуството и посещение на спектакли заедно. И днес удоволствие ми доставя класическата музика с предпочитания към изпълненията на живо. Препочитам да откривам нови автори и творби, вместо да се оставам на моделите течения.

Страстта ми обаче са книгите, като в последните години съм се отдала на физиката. Чета от малка и всеки ден. Така си почивам и научавам нови неща.

За мое голямо съжаление не притежавам специални таланти в тази посока, но си почивам, когато рисувам. Моят баща имаше такъв талант и това ми напомня за него.

Какво е мнението ви за мениджърта на културата в България?

– Нямам преки впечатления в тази сфера и поради

зацията на такова престижно събитие като „Европейска столица на културата“ е също показателен.

За съжаление, имаме и сънародници, които правят много добри неща, но не са достатъчно известни в България, както и това, че са българи. Надявам се това да се промени.

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Имах удоволствието да видя инсталацията на Христо Явашев с плаващите кейове в езерото Изео. Изумително. Много чувства се бореха в мен, когато застанах на брега. Там истински осъзнах смисъла на преходността и вечността. Не знам как е възможно да се стигне до такава идея. Като инженер ми е по-лесно да разбере реализацията, макар и тя да е като магия. За мен Явашев е не само творец, но и изобретател. Един от българите, за които гордо можем да обясним: „И ний сме дали нещо на света“.



тази причина не бих искала да оценявам нечий труд, без да познавам добре спецификата.

Все пак смятам, че в България имаме дългогодишни културни традиции и някои, които бяха позабравени, последните години се възродиха. Много са културните проекти, организирани от българи, и една част с голям успех не само в страната, но и в чужбина. Затова не се съмнявам в уменията на хората, които стоят зад тях и ги случват. Прави ми впечатление работата по общини за налагането на съответното селище като културен център. Созопол е отличен пример в тази посока. Изборът на Пловдив и органи-



Филип Рувре,
„Модис България“ ЕООД:
**Всяко изкуство представлява
творчество и въображение,
каквито трябва да проявите,
ако искате да бъдете и добри
лидери**

Филип Рувре е изпълнителен директор на „Модис България“ ЕООД. Той има над 20 години опит на ръководни позиции в компании като General Electric, Ajilon и Modis (част от Adecco Group). Паралелно с водещата си роля на международно ниво в рамките на Adecco Group поема и аутсорсинг бизнеса на групата в България през 2011 г. В края на 2017 г. тази част от бизнеса на компанията се отделя в рамките на новосъздадения бранд на Modis.

Фирмата предоставя IT и дигитални инженерни решения с фокус върху иновации и дигитална трансформация. В България разработва и доставя услуги в сферата на софтуерното инженерство, както и IT и BPO аутсорсинг услуги.

Г-н Рувре, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Считам, че добрият лидер трябва да стимулира хората да споделят обратна връзка и да бъде максимално честен и отворен към тях. Не по-малко важни са доверието към екипа, комуникацията и постоянният контакт с хората в него. Ключови за добрия мениджър са и усилията постоянно да слуша и чува своите колеги, както и истински да се интересува от важните за тях теми и проблеми. Добавям и способностите на един мениджър да вдъхновява и мотивира, споделяйки своята визия и служейки за пример на останалите. Като обобщение – приоритет за всеки истински лидер трябва да бъдат талантите в организацията и тяхното личностно и кариерно развитие.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– Сред най-големите предизвикателства пред бизнеса не само в България е липсата на умения и ресурси, които да отговорят на нуждите на пазара. Тази липса се усеща още по-силно в нашата индустрия – IT и дигитални инженерни услуги. За бизнеса в сектора става все по-трудно да привлечат и да задържат талантите с подходящи умения, както и да развият техните способности на по-високо ниво. Геополитическата ситуация също е сред предизвикателствата пред бизнеса наред с инфлацията, която бележи значителен ръст. Компаниите са подложени на все повече натиск за увеличение на възнагражденията, а в също-

то време трябва да бъдат значително по-предпазливи в разходите и инвестициите си.

С какво умение да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– Всяко изкуство представлява творчество и въображение, каквито трябва да проявите, ако искате да бъдете добри лидери. Дори привличането на таланти в днешно време е въпрос на креативност за разлика отпреди десетилетие, когато беше достатъчно да публикувате обява за работа и да получите редица кандидатури. Сега е задължително да използвате иновативен и креативен подход, ако искате да заинтригувате хората и да ги накарате да бъдат част от организацията ви.

На кое изкуство бихте оприличили вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Бих свързал бизнеса ни с киното и по-конкретно с екшън филм. В подобна продукция има огромна динамика, хората непрекъснато се адаптират към нова среда, докато се сблъскват с непредвидени обстоятелства, а от тях се изискват гъвкавост и решителност, за да се справят със ситуацията.

Вие самият имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Изключително запален съм по изкуството, като се вълнувам най-вече от рисуване, музика, литература, кино и други. В офиса и дома си имам голям брой картини, а и сред близките ми ще откриете доста артисти или хора с влечение към изкуство.

Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– Наблюдавам значителна промяна през последните 12-15 години. Когато за първи път дойдох тук през 2004 г., бизнесите имаха много стриктна мениджмънт култура, придържаща се към йерархията в организациите. През последните години обаче бизнес средата и културата се промениха в крак с глобализацията на бизнеса и тенденциите в различните региони по света.

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Попадал съм на изключителни произведения в различни региони от страната – Велико Търново, Варна и много други, които са оставили траен отпечатък в съзнанието ми, макар да ми е трудно да назова конкретни имена или творби.



Юлиян Христов,
„МагнаФарм България“ ЕАД:
**За да се създаде шедьовър,
трябва да бъде помислено
за всичко – необходима е
страхотна идея и вдъхновение,
прецизно изпълнение
и финес във всички детайли**

Юлиян Христов е изпълнителен директор на „МагнаФарм България“ ЕАД. Той се дипломира в Икономическия университет, Варна. Професионалният му опит в последните над 20 години е в сферата на бързооборотните продукти и фармацевтичната индустрия. Заемал е управленски позиции в международни компании, като Unilever, Henkel и др.

„МагнаФарм България“ ЕАД има дългогодишен опит в търговията с лекарствени продукти, медицински изделия, хранителни добавки и козметика. Ексклузивен представител на редица световни производители.

Г-н Христов, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Уменията да наблюдава, да анализира, да приема различията и да ги използва, са тези, които отличават добрия мениджър. Също така да дава кредит на доверие, без да се страхува да бъде разочарован, да проявява действие, упоритост и решителност наред със стратегическо мислене.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– Бизнес средата и икономическия климат у нас през 2022 г. бих определил като рязко променящи се и предизвикателни, резултиращи дори и в кризисни такива. Точно когато решихме, че сме преодолели ковид пандемията в началото на 2022 г., ние се сблъскахме с една ужасна война, и то много близко до нашите граници. Последваха ускорени инфлационни процеси, затруднения в придвижването на стоки, дори и на моменти преговорствени кризи. Непредвидимите крайни цени на електричеството, горивата и газа поставиха под много силен натиск функционирането на бизнеса и неговото управление според очакванията ни.

„МагнаФарм“ е компания, която оперира в сектор здравеопазване. Нашето виждане е, че не само през следващата година, а и през следващите няколко години основното предизвикателство пред сектора ще бъде достъпът на българските пациенти до лекарства с ограничена наличност, породено от различни фактори на глобално ниво, като проблеми със суровините, производството и доставките. Това в момента го наблюдаваме при плазмените терапии, които

са животоспасяващи. От друга страна, здравните политики трябва да подкрепят въвеждането на нови, иновативни лечения и лекарства, без които системата на здравеопазването трудно ще отговори на очакванията на здравните специалисти и на пациентите.

С какво уменията да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– Това е като да рисуваш картина, но тя да бъде истински шедьовър. За всичко трябва да бъде помислено, т.е. необходима е страхотна идея и вдъхновение, прецизно изпълнение и финес във всички детайли с цел постигане на максимален резултат.

На кое изкуство бихте оприличили вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Може би с рисуването? Невероятно е как би могло да се съчетаят толкова елементи и цветове на едно място и всичко да изглежда толкова невероятно, завладяващо и поглъщащо сетивата ни. Нарича се Шедьовър!

Вие самият имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– За съжаление, не бих казал, че притежавам някакъв творчески талант по посока изкуство. Аз съм човек на точните науки, доста прагматичен и рационален в повечето случаи.

Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– За съжаление, тук бих се изказал доста скептично. Разполагаме с изключително много ресурси като история, природа, познание, постижения и много талантлив народ, но това, което се прави, е крайно недостатъчно, непоследователно и на моменти граничещо с безхаберие към развитието на българското общество и култура!

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Не бих подминал подема на съвременното българско кино. След трудните ковид времена с ограниченията на театралните и киноизявите, сега ние се наслаждаваме на все нови и нови продукции и спектакли. Свидетели сме на толкова много новоизгряващи и талантливи артисти и режисьори, водещи нашите продукции към нови висоти.

Яни Драгов,
„Смарт Органик“ АД:

Синхронът, с който всичко в една компания трябва да работи, може би е това, което доближава бизнеса до изкуството

Яни Драгов е собственик и изпълнителен директор на „Смарт Органик“ АД. Той завършва образованието си в Германия. Притежава бакалавърска степен по математика от Техническия университет в Мюнхен и магистратура по икономика от „Лудвиг-Максимилиан“ отново в Мюнхен. През 2009 г. напуска работата си като инвестиционен мениджър в Германия и продължава кариерата си в България. Стартира бизнеса на „Смарт Органик“ с малко магазинче за биохрана в София.

„Смарт Органик“ АД е производител и дистрибутор на биохрана в Европа. Продуктите на компанията достигат до над 60 страни на 6 континента. 50% от енергията, която се използва в производството, е от възобновяеми източници. През 2021 г. „Смарт Органик“ стартира програма за поетапно преминаване към био-разградими опаковки на продуктите.

Г-н Драгов, кои управленски качества отличават добрия мениджър?

– Това са Всеотдайност и ангажираност към клиентите и служителите на компанията; поемане на пълна отговорност за случващото се в компанията; спокойствие и хладнокръвие в трудни ситуации; загриженост към служителите – за тяхното здраве, удовлетвореност и професионално развитие; увереност, но и същевременно да знае, че има още много да учи.

Как оценявате бизнес средата в България? Трудно или лесно се прави бизнес тук? Кои са предизвикателствата пред сектора, в който Вашата компания оперира, в краткосрочен план?

– Бизнес средата в България има своите плюсове и

минуси. Плюсовете са, че можеш със сравнително малко средства да стартираш бизнес, има много незаети ниши, както и ниски данъци, които позволяват да растеш чрез реинвестиране на голяма част от печалбата си.

Минусите са, че пазарът ни е много малък, наблюдава се недостиг на кадри както на ниски, така и на високи ръководни позиции, а администрацията е тромава.

Предизвикателство в краткосрочен план е намирането на персонал за производствата и складовете ни.

С какво умението да управляваш (хора и процеси) се доближава до творческия процес в изкуството?

– Може би синхронът, в който всичко в компанията трябва да работи – продажби, производство, логистика.



На кое изкуство бихте приличили Вашия бизнес и можете ли да го сравните с конкретно произведение?

– Sunrise на Philip Fraser.

Вие самият имате ли влечение към изкуството? А притежавате ли някакъв личен талант – за пеене, рисуване и т.н.?

– Умерено. Обичам да слушам музика от време на време.

Какво е мнението ви за мениджмънта на културата в България?

– Нямам мнение по този въпрос, не съм запознат.

Бихте ли споделили лични впечатления от съвременното българско изкуство?

– Много харесвам новите български филми по кината, особено комедиите.

Изкуството и корпоративният свят

Елена Савова,
дирекция „Икономика“, БТА



Творба на Ими Кнйобел, "Дойче банк сентър", Ню Йорк (art.db.com)

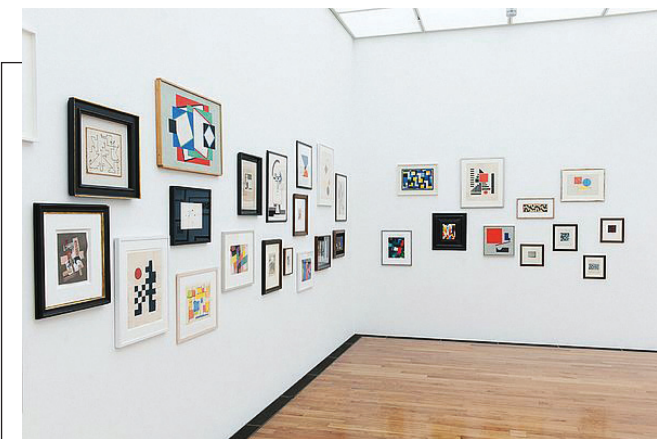
Ако изкуството за частните колекционери е най-вече страст, за компаниите то е важен канал за комуникация, за излъчване на послание както навън - към партньори, клиенти и конкуренти, така и навътре - към хората, които една компания обединява и за които се опитва да изгради обща идентичност и себеусещане. Фоайетата и мениджърските етажи на някои компании могат да засенчат сбирките на немалко музеи и галерии, а събирането на произведения на изкуството излиза извън инвестиционните и декоративните цели, придобива обществени измерения и става въпрос за идентичност, символ на социална ангажираност, а често – и на репутация.

Корпоративният свят се обръща към изкуството почти едновременно с възникването на корпорациите. В съвременния им вид – италианската банка „Монте дей Паски ди Сиена“ (Monte dei Paschi di Siena) поставя началото на фирмената си колекция почти веднага след основаването си през 1472 г., в момент на разцвет на изкуството в региона, когато, както с размах ще докажат Медичите във Флоренция, да подпомагаш творците е един от най-реномираните начини за утвърждаване на висок социален статут. С течение на вековете, след сливания с други банки и поемане на прочути колекции, сбирката обхваща близо 30 000 предмета и успява да запази в града творби на местни артисти, които иначе отдавна щяха да бъдат разпръснати из световните галерии.

Подборът на творбите в една корпоративна колекция не е спонтанен, ръководен от лични предпочитания и емоционална връзка с произведението, а прецизен процес на баланс, следващ дългосрочна, добре обмислена стратегия на реклама, маркетинг, корпоративна комуникация и концепция за образа, който една компания цели да изгради за себе си, и отношенията в екипа, които иска да поощри. Избягват се еротични, религиозни или политически натоварени произведения, за да не се подхранват спорове и напрежение, а устойчивостта, която се демонстрира чрез една отдавнашна и редовно допълвана колекция, не е за подценяване, въхваляйки доверие сред клиентите, че активите им са в сигурни ръце.

Затова компаниите по правило не са особено склонни да продават, въпреки че немалко от творбите, включени в колекциите, с времето увеличават стойността си. Все пак в моменти на нужда тази стойност понякога се монетизира, по възможност - дискретно. От края на 90-те години на XX век аукционната къща „Сотбис“ (Sotheby's) има специално звено, което се занимава с подобни продажби, и точно чрез нея в разгара на пандемията от КОВИД-19, притиснат от загубите, британският авиопревозвач „Бритиш еървейз“ (British Airways) продаде част от колекцията си, за да набере средства.

По принцип обаче корпоративните колекции имат предимството на приемствеността - те надживяват хората, които са поставили началото им, пренасяйки до следващите поколения тяхното наследство и



Музей на "Алфред Ритер", Валденбух, провинция Баден-Вюртемберг (www.museum-ritter.de)

ценности. „Бащата“ на съвременните корпоративни колекции Дейвид Рокфелер, един от най-изтъкнатите колекционери и филантропи на последния век, умира през март 2017 г. на 101-годишна възраст и съгласно завещанието му личната му колекция е продадена на търг, а приходите - дарени. Колекцията, на която той поставя начало през 1959 г. като президент на „Чейс Манхатън банк“ (Chase Manhattan Bank), обаче става една от най-старите и най-големите корпоративни сбирки в света с над 30 000 творби - модерни и съвременни картини, скулптури, творби от хартия и фотографии. Банката, вече „Джей Пи Морган Чейс“ (JP Morgan Chase), притежава шедеври на Сол ле Уит, Робърт Раушенбърг и Анди Уорхол, но и произведения на по-слабо известни творци като британския скулптор Джонатан Калън. Колекцията е разнородна, с творби от всяка страна, в която компанията работи, изложени в 450 офиса по целия свят - за един мултинационален концерн най-вече е важно изкуството да отразява както различните места, където работи, така и многоликостта на служителите.

Регионалната представителност на корпоративните колекции изпраща силни сигнали към местната общност, демонстрирайки уважение, съпричастност с културното ѝ наследство и развитие, подкрепя за младите творци и най-вече посланието „ние сме тук, за да останем“.

За да подкрепя младите и мейнстрим прохождащи германски артисти, „Дойче банк“ (Deutsche Bank) започва да изгражда през 1979 г. колекция, която вече е една от най-големите в света - с над 57 000 творби, от които около 90 процента - на изгряващи млади творци. Тя е изградена около концепцията, че подкрепата за изкуството е важна част от това да бъдеш добър гражданин. Централите на най-голямата германска банка в Ню Йорк и Лондон също са изпълнени с шедеври, като всеки етаж е посветен на различни изкуства като фотография или скулптура с произведения на Беренис Абът, Франсис Алис, Ханс (Жан) Арп и други. До 2019 г. посетителите на сградата на бан-

Изкуството и корпоративният свят



Творби от колекцията на "Монте гей Паски ди Сиена", "Музео Сан Донато", Сиена (www.mpsart.it)

ката на Уолстрийт бяха посрещани от огромното пано Abstract Painting (Faust) на Герхард Рихтер, което се виждаше и от улицата през тонирания прозорец.

И ако в тази статия досега се говори за корпоративните колекции предимно на банки - това не е случайно. Корпоративното изкуство се използва за „подсилване“ на корпоративната марка, което е особено важно за предприятия, създаващи нефизически продукти, като банки и застрахователни дружества. По този начин техните нематериални продукти, които по правило не предизвикват емоционална реакция и поради това по-трудно се поддават на маркетинг, получават „лице“, пише германската културоложка д-р Таня Бернзау.

Освен това използването на културни обекти в корпоративната комуникационна стратегия е насочено към определени целеви групи. Банките търсят състоятелни клиенти, които често имат изявени интереси в сферата на културата или самите те са колекционери и тази им склонност може да бъде използвана стратегически. При установяване на контакти с евентуални партньори например изкуството може да служи като тема за първоначален разговор, за „разчупване на леда“ и поставяне на основата на общи интереси, преди да се премине по същество.

Но дори компании с „физическо производство“ могат да използват внушенията чрез изкуство, за да придат по-голяма тежест и видимост на марката си, подчертавайки нейни специфики.

Германската семейна фирма „Алфред Ритер“ (Alfred Ritter GmbH & Co) например произвежда шоколадите „Ритер шпорт“ (Ritter Sport), отличаващи се с квадратната си форма. Тя притежава сбирка от около 1200 произведения, в която централната тема е квадратът в изкуството на XX и XXI век. Повечето от представените творци са представители на течения като конструктивизма и „конкретното изкуство“, сред които големи имена като Казимир Малевич и Ел Лисицки. Колекцията датира от 1985 г. и 30 години по-късно за нея е построена специална сграда, разбира се - квадратна. Макар и отворен за посетители,

музеят е предназначен основно за самата компания - разположен е в производствената ѝ база, до шоколадовата фабрика и логистичен център в околностите на градчето с 8500 жители Валденбух, провинция Баден-Вюртемберг.

„Който работи в подобна компания, живее в свят на числа. Винаги се мисли чисто стратегически и с оглед на ефективността. Изкуството служи като антиполюс“, споделя съсобственичката на компанията Марли Хопе-Ритер.

Тази насоченост навътре не е изключение. Редица корпорации предназначават колекциите си основно за своите служители - в някои случаи в представителни салони и ръководни звена, в други - сред работните помещения и дори по бюрата (практика, преобладаваща в Северна Европа). Към първоначалната практическа цел - освежаване на помещенията, се добавя стремежът да се стимулират креативността, емоционалната ангажираност и нестандартното мислене на служителите с въздействието на форми и цветове. Разбира се, не е задължително дадено произведение да се нрави на всички, но понякога дори негативните реакции, които то провокира, могат да бъдат полезни, изваждайки зрителя от зоната му на комфорт и тласкайки го към нещо непривично. Макар че, ако служителите се настроят крайно негативно към изкуството в офиса, това може да подкопае идентифицирането им с компанията и да навреди на работния процес, предупреждава д-р Бернзау.

За служителите, гостите и клиентите на корпорацията е предназначена артколекцията на софтуерния гигант „Майкрософт“ (Microsoft). Тя води началото си от 1987 г., когато група служители се срещат с тогавашния финансов директор Джон Шърли, самият той запален колекционер. Служителите искали да бъдат купени няколко творби, които да запълнят стените и да създадат по-креативно пространство, разказва кураторът на колекцията Майкъл Клайн. Все още младата компания имала шест сгради и 1800 служители, сред които се усещала нужда да отправят поглед към нещо различно след цял ден работа на компютър-

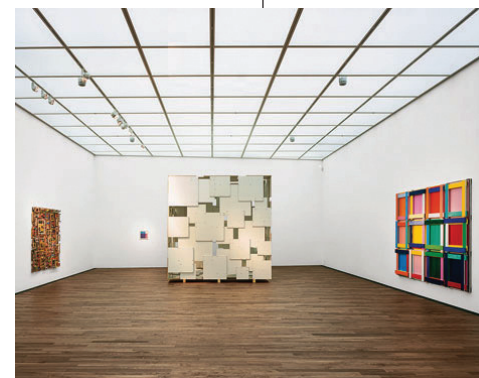
ра. Така че бил сформирани комитет, който да издирва подходящи творби - такива, които провокират хората да мислят, да се заглеждат и да разговарят за тях. Комитетът наел консултант, който да им помогне в избора, след което направили голяма изложба с всичко харесано и гласували коя творба да остане в колекцията. Това бил подходът, който се прилагал през първите няколко години. Колекцията вече включва над 5000 творби, изложени в над 180 сгради по целия свят, като годишно към нея се добавят 200 - 300 нови произведения. Основният ѝ фокус е съвременното изкуство с картини, скулптури, произведения на хартия, фотографии, керамика, стъкло, мултимедийни инсталации, принтове, колажи, рисунки, изкуство от оптични влакна, метални изделия, смесени медии и свързани с тях архивни материали. Сред представените творци са Чък Клоуз, Такаши Мураками, Синди Шърман. „Вярваме, че излагането на изкуство на работното място създава вдъхновяваща работна среда“, пише компанията на сайта си.

За самите творци подобно „затваряне“ на творбите за определен кръг зрители може да бъде нееднозначно. От една страна, окачването на картина в офис по-трудно може да донесе признание от показването в галерия, но пък и никога няма гаранция, че веднъж закупена от музей или изложбена зала, картината няма да се окаже заточена за години в някое хранилище.

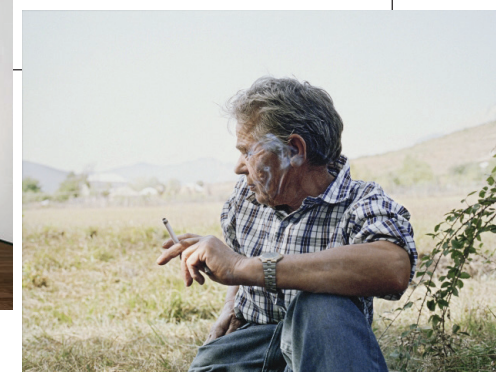
Същевременно не е изключено да бъде привлечено вниманието на потенциални нови купувачи сред интересувачи се от изкуство сътрудници и клиенти. Освен това повечето компании редовно заемат творби или организират изложби в традиционните музеи, които от своя страна често имат служител или цял екип, поддържащ и издирващ нови връзки с компанията колекционери. Така през последните десетилетия корпоративният свят все повече навлиза в сфера, запазена преди това за държавни културни институции или частни меценати, и създава нова индустрия, макар и все още да страни от по-скупните и непрестижните дейности като консервиране и архивиране, които също са неизменна част от света на изкуството.

А „Монте гей Паски ди Сиена“ все още съществува, както и колекцията ѝ, въпреки превратностите на вековете. Когато преди няколко години банката бе на ръба на оцеляването и трябваше да бъде спасявана, тя се бори ожесточено с Европейската комисия, след като Брюксел постави условие творбите да бъдат разпродадени, за да се наберат средства за реструктурирането. След месеци спорове „Монте гей Паски“ все пак успя да намери „вратичка“ и да запази колекцията си. Така че, ако имате път към Сиена до 23 януари догодина, наминете към музейния комплекс „Санта Мария дела Скала“ за глътка финансова история и ренсансово изкуство.

Музей на "Алфред Ритер", Валденбух, провинция Баден-Вюртемберг (www.museum-ritter.de)



Творба на Ана Менди от колекцията на "Джей Пи Морган Чейс" (www.jpvmorganchase.com)



Фотография на Пепе Христов, "Sworn Virgins", част от колекцията на "Дойче банк", Франкфурт (art.db.com)



Фрагменти върху състоянието на културния мениджмънт в България

Юрий Вълковски

Управлението на културни проекти и организации по същността си не се различава значително от управлението на проекти и процеси във всяка друга бизнес и социална сфера. Неслучайно големите културни организации и институции в Европа и в Америка често канят бизнес ментори, както и бизнес членове на своите надзорни и управителни съвети. Бизнес знанията и уменията са универсални и са приложими напълно и в културната сфера, особено когато става дума за теми като маркетинг и комуникация, продажби, управление на човешките ресурси, така важната напоследък дигитализация на процесите и т.н.

Но все пак има и няколко важни отлики на културния мениджмънт, които го правят особено интересен и в някаква степен уникален.

На първо място, културният мениджър определя по различен начин дали е успешен в работа си. Разбира се, културните организации и институции работят с определени бюджети, продават билети, обучителни програми и други продукти и услуги. В този смисъл финансовият отчет в края на тримесечието е същият универсален измерител на успеха. Но при културните мениджъри има поне още един елемент и той понякога има много по-голяма тежест от финансовите резултати. Става дума за културното и социално въздействие на културните продукти и услуги. Възможно ли е един концерт, представление или изложба да бъде катастрофа във финансов план, с ниска посещаемост и ограничени продажби, но въпреки това да се превърне в културното събитие на сезона? Може ли една книга да остане почти неизвестна на широката публика, но въпреки това да се превърне в ключова за осъзнаването на една общност или едно поколение, понякога години по-късно? Дали един джаз концерт в малко населено място е предвременно обречен във финансово отношение, но въпреки това да се окаже ключов за събуждането на музикалния вкус на младите хора там? Да, всичко това е възможно, а и всъщност се

случва нерядко, макар да има и много примери на финансово свръхуспешни ключови културни продукти и събития. Във всеки случай вниманието на културния мениджър е раздвоено или, по-точно казано, е двойно насочено. В този контекст големите културни институции често практикуват разделение на творческата и на бизнес ролята в управлението.

Остава въпросът за измерването на социалния и културния ефект. Кога едно представление, изложба, музикален албум или книга са успешни в културно отношение? Това е сложен въпрос и отговорът рядко може да бъде намерен с помощта на количествени измерители. Тук на помощ често идват арткритиците, но също така и артистичната общност и не на последно място отдадената публика.

Говорейки за артистичната общност, това е втората най-съществена отлика на културните мениджъри. Те работят с артисти! Казано още по-ясно, на много от тях им се налага да работят с примадони! Шегата настрана, работата с творчески натури е изключително обогатяваща и един от ключовите фактори, които задържат успешните културни мениджъри на работата им въпреки много други трудности. Шансът да бъдеш свидетел на раждането на едно произведение на изкуството, достъпът до творческия процес зад кулисите, разговорите със забележителни артисти – това е наистина изключителен дар, до който малцина се докосват. Но същевременно трябва да признаем, че това може да бъде и доста натоварващо преживяване. Културните мениджъри са особен вид „преводачи“, които трябва да срещнат творците с изискванията на пазара и очакванията на публиката, без да създадат усещането, че се наместват в творческия им процес. Гледали сте достатъчно филми за големите рок-звезди с периферното участие на техните мениджъри, за да се сетите за какво става дума.

На трето място, културните мениджъри по дефиниция управляват усложнени бизнес модели. Основната причина за това е, че културните организации обикновено имат смесени източници на приход, които включват както индивидуални, така и бизнес клиенти, но също така и спонсорства, а и безвъзмездно финансиране (грантове или дарения). На практика това означава, че един концерт или едно танцово представление може да имат множество различни „клиенти“ и „потребители“, всеки със своите изисквания и очаквания, често противоречащи си или най-малкото несинхронизира-



ни. В този смисъл културните организации често са „хибридни“ организации, които използват както пазарни, така и обществени средства.

Това създава разнообразни възможности. Културният мениджър може да види отворени врати както при бизнес партньорите си, които биха спонсорили събитието му поради интереса си за достъп до младите или елитарните му публики, така и при фондациите и публичните институции, които се интересуват от способностите на изкуствата за социално включване и възпитаване на ценности и идентичност. Но заедно с това хибридните модели на финансиране са по-трудни за управление, а често са и по-нестабилни. Това изисква културните мениджъри да имат специални умения.

Особен е и случаят с държавното и общинското финансиране. За културните организации то може да бъде както благословия, така и проклятие. Културните мениджъри имат сложната отговорност да се възползват от публичното финансиране, без да стават изцяло зависими от него. Дори мениджърите на държавни и общински културни институции трябва да търсят алтернативно на държавното финансиране за своята дейност, и то не защото не могат да оцелеят без тези допълнителни средства, а защото външните средства са инструмент за развитие и иновации.

В този смисъл последните години са години на разцвет за културния мениджмънт. От една страна, публичните средства за културата се удвоиха през последните 6 години, а от друга страна, развитието на икономиката (дори при шока от пандемията) направи хората по-платежоспособни и по-отворени на културни преживявания и културни продукти. Ако преди десетина години културните мениджъри бяха много малка прослойка, която трябваше да оперира с мизерни бюджети на оцеляването, сега тези мениджъри се увеличават като бройка, развива се и тяхната компетентност. В публичния сектор те вече имат бюджетите да правят мащабни постановки, а в независимия сектор вече имат възможността да изградят свои постоянни екипи и да планират по-дългосрочно. Разбира се, това се оказаха и години на предизвикателства за културните мениджъри, някои от които се оказаха неподготвени за новата ситуация, а други се фокусираха върху усвоява-

не на средства, без да увеличат качеството на културната продукция или достъпа до нея.

Сега е времето за следващата стъпка – изграждането на културни мениджъри, които да имат силата, знанията и смелостта да превземат европейските, американските и азиатските пазари с българска културна продукция. Това е от ключово значение, защото от години България беше маргинализирана в световните културни процеси. Да бъдем активен и пълноправен участник в културните обмени ще донесе множество ползи – за културния сектор и културните ни индустрии, за националното ни самочувствие, но и за обновяването на българската култура. Вече имаме такива проби – и в сферата на музиката, и в литературата, и в други културни сектори – и те се дължат не само на таланта на българските творци, но и на невидимата работа на успешни български културни мениджъри, които заслужават уважение и подкрепа.

Юрий Вълковски е заместник-министър на културата в периода декември 2021 – юли 2022 г.

През годините той е бил изпълнителен директор на Българската фестивална асоциация, изпълнителен директор на фондация „Промяната“, изпълнителен директор на Фондация за градски проекти и изследвания, преподавател по културни политики в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ и Нов български университет.

Юрий Вълковски е участвал в написването на Стратегия за развитие на културата в София 2013 - 2023 г. През периода 2015 – 2019 г. е член на Консултативния съвет към Фонда за иновации в културата (Асоциация за развитие на София), а в периода 2017 – 2019 г. е заместник-председател на Творческия съвет на Столична програма „Култура“.

Като член на Стратегическата група на Европейската инициатива „Душа за Европа“ той е провеждал обучения по културен мениджмънт и културни политики за множество културни организации от Централна и Източна Европа.

Юрий Вълковски е участник в Salzburg Global Seminar (2007 г.), стипендиант на Marshall Memorial Fund (2011 г.) и носител на отличието European Young Leader 40 under 40 (2014 г.).



ИСТИНСКИТЕ НОВИНИ

www.bta.bg

ФОТОГАЛЕРИИ

БЪЛАРИЯ

СВЯТ

ЛИК

СПОРТ

ПАМЕТ ОТ ФОТОАРХИВА НА БТА

ОБЕДИНЕНИЕ „СВЕТОВНИ СРЕЩИ
НА БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ“

5 °C | 21 °C

10 °C | 22 °C

10 °C | 22 °C

6 °C | 19 °C

09.04.2022 ☀
7 °C | 22 °C

09.04.2022 ☀
8 °C | 24 °C

09.04.2022 ☀
11 °C | 23 °C

09.04.2022 ☀
10 °C | 24 °C

ВИЖТЕ ПОДРОБНА ПРОГНОЗА ОТ НИМХ

БТА ПРЕСКЛУБ EN

ПЛАНИНСКИ КУРОРТИ

ФОТОГАЛЕРИИ

БЪЛАРИЯ

СВЯТ

ЛИК

СПОРТ

ПАМЕТ ОТ ФОТОАРХИВА НА БТА

Всички [Фотогалерии](#)