

# УСПЕШНИ РЕГИОНАЛНИ ПРОЕКТА ФИНАНСИРАНИ ОТ ЕС



По проект,  
финансиран от  
Европейския съюз



# Защо си струва *да си член* на клуба ЕС

**Н**е толкова отдавна в интернет се появи и разпространи съобщение: „Представете си, че можете да станете член на клуб, в който срещу 300 евро годишна такса получавате: мир, икономически просперитет, гарантирани човешки права, свободно пътуване и работа навсякъде в рамките на клуба, свободно движение на стоки, услуги и капитали, подкрепа за изоставащите региони...

Имаме страхотна новина за вас - клубът съществува и се нарича Европейски съюз.“

Трудно бихме могли да опишем по-добре и по-лаконично смисъла на ЕС.

Защо тогава е този масов евроскептицизъм за бъдещето на съюза?

Дали защото мнозина не са добре запознати с предимствата на клуба, докато други са склонни да ги приемат за даденост или просто забравят за тях?

Ако при основаването на ЕС ключовата дума е била „мир“, днес думата е „солидарност“. Сърцето на тази солидарност е политиката на ЕС за сближаване (наричана още кохезионна или регионална политика). Тя е насочена към подкрепа на икономическото, социалното и териториалното сближаване чрез намаляване на разликата в развитието на регионите и държавите членки.

Повече от 90% от бюджета на ЕС финансира реални дейности на местно ниво. В основата на това финансиране са кохезионната и общата селскостопанска политика на ЕС, които заедно формират повече от 70% от бюджета на ЕС и чрез различни фондове подпомагат заетостта, доходите, инвестициите, развитието на инфраструктурата, опазването на околната среда.

С това издание правим опит с конкретни примери от българските региони да покажем как с подкрепата и на различни европейски фондове е възможно успехите да се случват тук и сега.

Вярваме, че текстовете в него ще помогнат да не забравяме защо си струва да сме членове на клуба.



По проект,  
финансиран от  
Европейския съюз

Публикациите отразяват единствено мнението на авторите  
и Европейската комисия не отговаря за съдържанието на информацията.

2020 г.

# Съдържание

**Машини**  
за успех >34

## ВЕЛИКО ТЪРНОВО



Дигиталното  
**ретро** >40

**Науката** идва...  
в „Тракия“ >46



## ПЛОВДИВ

Човекът  
**на**  
покрива >58

Баня -  
изгряващата  
**СПА звезда** >4

Да отвориш  
**фабрика**  
на **10**  
**септември**  
>52



## СТАРА ЗАГОРА



## БЛАГОЕВГРАД

От **Горна Джумая**  
за Западна Европа  
>10



Място за  
старите  
юнаци >22

## ВАРНА



Охлюви  
*по варненски*  
>28

## БУРГАС



Транспортният  
*лидер*  
на Бургас >16



# Баня – изгряващата СПА звезда

## Проект:

**„Адаптиране на паметниците на културно-исторически от наследство за развитие на туризма в община Разлог”**

● **Източник на финансиране:** оперативна програма „Регионално развитие 2007 - 2013 г.”, чрез Европейския фонд за регионално развитие

● **Бенефициент** : община Разлог

● **Стойност на проекта** : 2 023 923 лева

● **Основни дейности:** Подобрени са състоянието (реконструкция, реставрация и консервация) и социализацията (благоустройство на околните пространства) на основните обекти на интервенция в проекта - Турската баня и Старата българска баня

● Рехабилитирана е 500 метра улица в с. Баня, която свързва двете бани

● Изграден е воден аттракцион със съоръжения с акцент върху „водата” и нейното използване е тематично свързано с богатия ресурс от минерални източници и в района и с разположената в съседство Турската баня. Изграден е посетителски и информационен център; изготвена е маркетингова стратегия; проведено е обучение на трима души.





Разложкото село все по-успешно се налага като атрактивна дестинация за балнеоложки туризъм, а инвеститорският интерес расте



**В** планинското село Баня има цели 72 сондирани и каптирани извори с гореща минерална вода, което го прави второто по богатство у нас на този ресурс след Велинград. То все по-успешно се налага като популярна СПА дестинация - близо е до Банско и Разлог, само на 5 км разстояние, но с доста по-балансирано развитие на туризма и пазара на имоти. Освен с минерални извори селото привлича и с исторически и природни забележителности. Заслуга за репутацията на Баня имат и няколко много успешни хотелски комплекса във високия сегмент, които поставиха дестинацията на картата на луксозния туризъм.

Двете стари бани в селото пък са обновени с помощта на европейски средства по оперативна програма „Регионално развитие“ в миналия програмен период. В рамките на проекта дори се оформят планове за маркетинговото развитие на Баня и изобщо се поставя началото на процеса, в който да се създаде нов туристически продукт в област Благоевград. Освен това проектът има културно-историческа стойност - и двете бани са паметници на културата.

Както казва бившият кмет на селото Мария Юрганчева: „Баня се разраства, но не се презастроява.“ „Традиционно във вътрешността на селото няма големи парцели, няма големи дворове, големите хотели са изнесени в покрайнините и мястото

запази облика си. В центъра има предимно малки семейни хотелчета“, казва тя. Юрганчева е кмет до ноември тази година, когато губи изборите на балотаж от кандидата на ГЕРБ Магда Първанова с 62 гласа. Преди да оглави местната администрация, с години е работила в един от първите и най-популярни СПА комплекси в Баня - „Римска баня“.

„За тази и миналата година легловата база се е увеличила с над 500 места. Баня има 3000 души население и леглова база от 2500 места. Като се сложат малките семейни хотелчета и къщите за гости - около празниците и летния сезон жителите на Баня се удвояват“, казва бившата кметица. По думите ѝ 72-та каптажа засега покриват нуждите на съществуващите хотели, но постоянно се регистрира интерес от инвеститори и местните се притесняват, че могат да останат без вода за собствени нужди - в селото има няколко чешми за минерална вода за свободно ползване, както и т.нар. чопури - пералища, на които все още могат да се видят жени и деца с легени с пране.

### **Европейски легенди за Баня**

В периода 2012-2014 г. с финансиране от оперативна програма „Регионално развитие 2007-2013“ в с. Баня са възродени двете стари бани - Турската (Муртова или Муртина) от XVII век и т.нар. Римска, известна още като Старата българска баня. Двата обекта са уникални в регионален мащаб. Те са „естествена“ културна и

историческа ценност за региона и за село Баня, което е възникнало около и заради термоминералните извори. Дотогава двете красиви постройките с каменни основи и тухлени куполи са в окаяно състояние, но с близо 2 млн. лв. са възстановени почти в оригиналния си вид, а пространството около тях е облагородено и в момента функционира като малък парк и градска градина.

Бенефициент по проекта „Адаптиране на паметниците на културно-историческо наследство“ е община Разлог. Целта му е развитието на туризма в региона и в частност на територията на общината чрез разумно използване на природното и културното наследство, което да доведе до устойчиво икономическо развитие. Той включва не само реставрация, консервация и експониране на две-

те бани - паметници на културата, но и изграждане на двете паркчета, озеленяване, осветление, създаване на посетителски информационен център. Обучени са и трима души по професионално направление “Пътувания, туризъм и свободно време”. Те са ангажирани с представянето и популяризирането на новосъздадените обекти, целта е да се гарантира високо качество на туристическото обслужване чрез прилагане на съвременен маркетинг и мениджмънт, посочват от община Разлог. Не на последно място е извършена и рехабилитация на 500 метра от улицата, която свързва двете постройките.

Договорът е подписан на 11 януари 2011 г. Първа копка е направена на 11 юни 2012 г. и работата е изцяло приключена около година и половина по-късно. Ръководителят инж.







🕒 **Към възстановената Турска баня вече има инвеститорск и интерес**

🌡️ **Най-топлият извор е близо 60 градуса по Целзий**

Ваня Илиева посочва пред медиите, че това, което е направено с двете бани, ги е доближило максимално до първообраза им както по отношение на визията, интериора, така и по отношение на функцията им. Реализацията на проекта е възложена на няколко изпълнителя, избрани след търгове, сред които строителната „Пиринстройинженеринг“, „Топ арх“ и обединението „Балканстрой - Европлам“, което изпълнява основните строително-монтажни дейности за 1.063 млн. лв.

„Това е старата Римска баня“ - сочи каменната постройка Юрганчева и продължава: „Легендата разказва, че тя е построена по заповед на Филип Македонски, който бил ранен в някаква битка край Воден (старото българско име на Едеса в днешна Гърция). И тогава той научава за лековитата вода в Баня. По край селото минава и стар римски път. Той идва и раната му заздравява за две седмици. Вече от Рим Филип Македонски разпорежда на това място, където е намерил помощ, да бъде построена баня, за да помага на всички. Твърди се, че тя е връстница на Траяновата колона в Рим от 113 година от новата ера.“ Т.нар. Римска баня е реставрирана през 1730 г. и е функционирала до 70-те, след което е оставена на произвола на времето. Тя е по-красивата от двете исторически забележителности заради уникалната си мраморна облицовка, подменена преди няколко години, защото била тежко увредена. Много други неща като мозайки, смесители и фасади обаче са запазени във времето. Преди реставрацията от XVIII век горещата вода е стигала до коритото по „спирала“, за да се охлажда. „Това е най-топлият извор (близо 60 градуса по Целзий - бел.ред.). Навремето тук беше пералището, или както го на-



ричам „фейсбукът на моето време“, казва с усмивка бившата кметица.

Турската баня в другия край на селото е строена по подобие на Римската. И за нея се носят легенди. „В Баня е имало турска махала, тук е живяло заможното турско семейство (Муртазови - бел.ред.). Синовете на агата отиват на война и един от тях праща армаган на баща си, че е жив - едно гюле. Минава време, те се връщат от война и синът пита къде е гюлето. Бащата казал, че непотребното гюле е отишло на торището. Синът казал да го донесат, разбили го, а вътре - пълно с жълтици. Агата от благодарност към Аллах, че е запазил синовете му живи, прави баня с тези пари“, продължава с разказите Юрганчева.

Официалното откриване е на 31 октомври 2013 г. - тогава новият туристически обект е и напълно завършен. Банята е характерен представител на типа куполна сграда с тухлен купол върху квадратна каменна основа, а пространството около нея е обособено като паркова зона, като кът за отдих в центъра до самата баня, посочва община Разлог. Турската баня е характерен представител на типа куполна сграда с тухлен купол върху квадратна каменна основа.

За съжаление в проектите за възстановяване не са предвидени душише и съблекални и двете бани не могат да функционират по предназначение за СПА процедури. Добрата новина обаче е, че всеки, който се вълнува от история, архитектура или

култура, може да ги разгледа и да послуша увлекателните истории за създаването им от служител на местния туристически информационен офис, който се намира до Муртината баня. „Пет години след отчитане на проекта по него не могат да се правят никакви промени. Този период изтича сега и на мен много ми се иска баните да се направят действащи“, казва Юрганчева. Желанието ѝ вече зависи до голяма степен от новата администрация на селото. Ozturk Group, която контролира хотелите „Регнум“ в Банско и СПА комплекса „Регнум“ в Баня, потвърди пред „Капитал“ интереса си да инвестира в турската баня, така че тя отново да заработи по предназначение. Това значи, че първата стъпка за възраждането на баните е направена по европейския проект, а сега, след като основите са поставени, може да се включи и частната инициатива.

### Магнит за инвестиции и

През 2016 г. в Баня заработва луксозният комплекс „Хот спринг“ на строителния предприемач и бивш собственик на ресторант „Крим“ в София Явор Капитанов. Инвестицията се изчислява на между 10 и 20 млн. лв. Той е разположен на 18 хил. кв.м разгънатата застроена площ, включва 4-звезден хотел, СПА зона и балнеологичен център, регистриран по Закона за лечебните заведения, 2 тенис корта, два големи басейна и няколко по-малки, конферентна зала, подземен паркинг и др. Комплексът

# 2500

**места за настаняване има в Баня. От 2018 г. досега легловата база се е увеличила с 20 %.**





има и собствено селско стопанство с оранжерии и др. Макар и във високия ценови сегмент, „Хот спринг“ може да се похвали с висока целогодишна заетост от около 70%. Комплексът „Римска баня“ също отчита целогодишна заетост от около 60%.

Инвестиции от порядъка на 10-20 млн. лв. все пак са рядкост, но помалките също заслужават внимание. През миналата година например заработи „Регнум баня термал“ - комплекс с открити басейни, ресторант и СПА център. Той се намира зад турската баня и е „продължение“ на хотел „Регнум“ в Банско. Инвеститор е турският холдинг Ozturk Group, собственици на бензиностанции „Опет“ и на още няколко хотела във високия клас. „Това е един от най-добрите комплекси от този тип в региона, с изключително добра инфраструктура. Посещава се много не само от гости на хотела, но и от много хора с апартаменти в региона, туристи и местни“, казва Светлин Якимов, маркетинг мениджър на „Регнум“.

Тази година се довършва един от най-интересните комплекси в Баня - къщи за гости, изградени изцяло от дърво. „Дървената конструкция е много различна от монолитното строителство“, коментира инвеститора Иван Пачеджиев. Вложението в комплекса е над 2 млн. лв. собствени средства. По думите му най-ценният ресурс на Баня несъмнено е водата, но освен нея клиентите държат на качество и на различно преживя-

ване. „Затова решихме да рискуваме с този тип строителство, което не е много разпространено у нас и не е много лесно за изпълнение“, казва предприемачът. Комплексът ще се състои от шест къщи, които ще се изграждат поетапно. Първите две са завършени. Пачеджиев е на мнение, че потенциалът на Баня остава голям за разлика от Банско, а местната власт работи добре с инвеститорите.

От обявите на сайта на община Разлог става ясно за още една голяма планирана инвестиция - в селото: блягоевградската „Табак техник“ на Самир Хади Алдулайми иска да строи комплекс върху 6 дка. Той ще включва 3-етажен хотел, басейни, СПА център и др. Инвеститора е поискал преценка за необходимостта от екологична оценка на проекта. Самир Хади е иракчанин с българско гражданство, който от много години развива бизнес в Блягоевград и София чрез фирмите си „Юръпийън тобако сървисис“ ООД, „Строй комерс 2003“ и „Табак техник“ ЕООД. Сред дейностите им фигурират търговията с цигари и ремонт на машини за цигарената индустрия, както и строителство.

Преди две години Баня е избрана и от един необичаен инвеститор - производител на балони за летене и батуты. Заводът вече е изграден в покрайнините на селото, а по думите на бившата кметлица скоро там ще се провеждат демонстрации, изложби и обучения във физичните закони за деца.

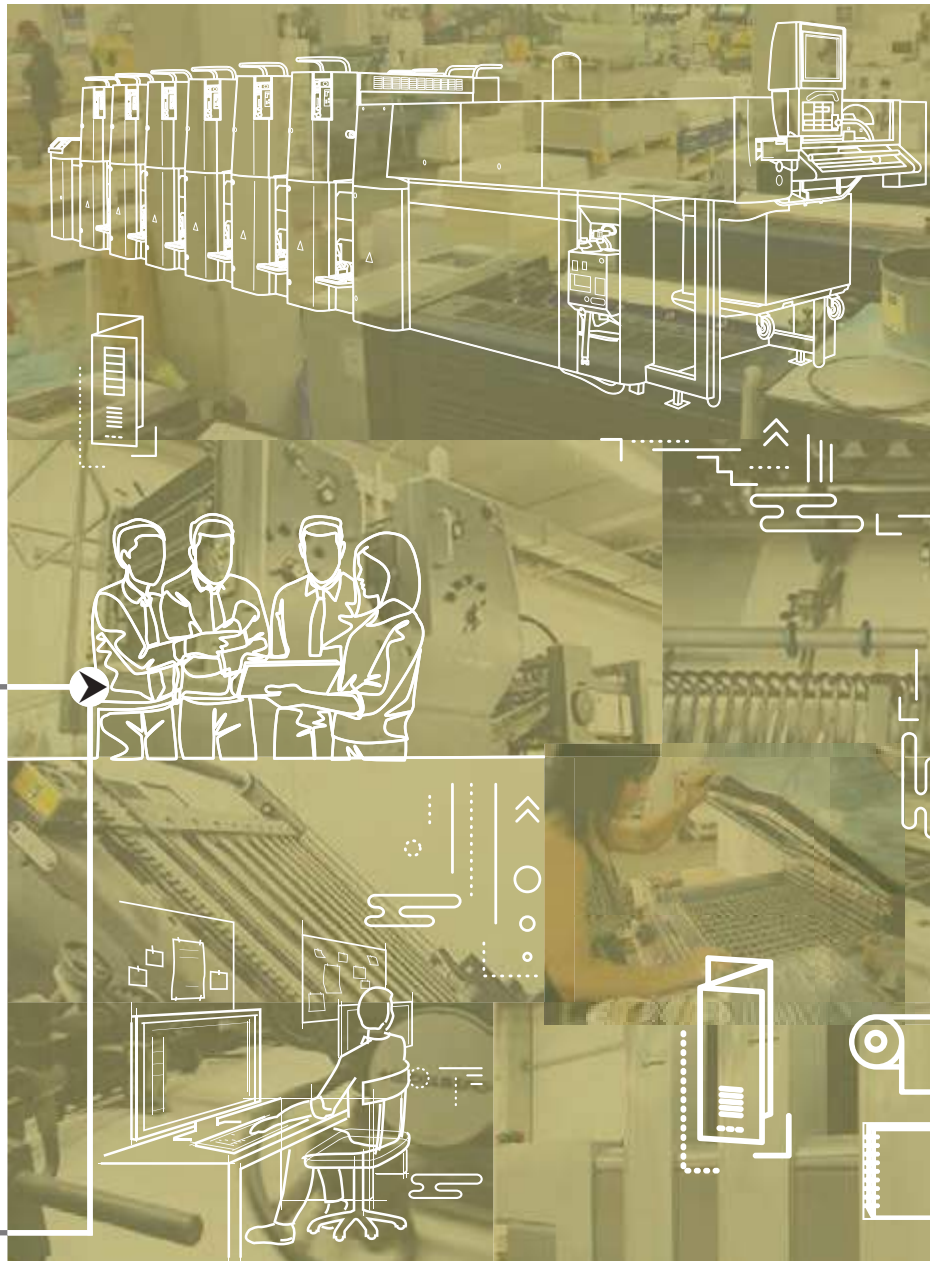


# От Горна Джумая за Западна Европа

## Проект:

**Развитие на управленския капацитет и растеж на “Смилков”. Подобряване на производствения капацитет в “Смилков”**

- **Финансиране:**  
ОП “Иновации и конкурентоспособност”
- **Стойност** :1.3млн.лв.





## Как оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ помогна на блягоевградската печатница „Смилков“ да стигне до чуждите пазари и да удвои бизнеса си



**Н**езависимо в коя сфера е дейността им, семейните бизнеси по света, които растат с над 10% на годишна база, имат общи белези. Първо, 84% от тях са създадени от семейства, които споделят общи ценности и визия за развитие на компаниите. Второ, 63% от тях правят сериозни стъпки в посока дигитализация и внедряване на модерни технологични решения. Трето, 55% от бизнесите имат конкретни стратегически планове за бъдещето. Такива са изводите от глобалното изследване на Price Waterhouse Coopers (PwC) за семейния бизнес през 2018 г., а една малка блягоевградска компания показва на практика, че всички заключения са напълно релевантни.

Както и че успехът не зависи от сферата на дейност на бизнеса, нито от това дали той е базиран в Ню Йорк, Магдебург, Сао Висенти, Мингечаур или малко българско градче.

Печатница „Смилков“ е създадена преди 20-години от Христо Смилков и съпругата му. По-късно към компанията се присъединява и синът им, който завършва специалността в Германия и за разлика от повечето си връстници избира Блягоевград и семейната фирма пред бъдещето зад граница.

Компанията, чийто оборот през 2018 г. достигна 3.6 млн. лв., е преминала през различни турбуленции и не просто оцелява след тях, а излиза от кризите с още по-ясни посока и цели. Доказателство за това са и удвоените

от 2016 г. насам продажби. Собственикът на „Смилков“ ЕООД Христо Смилков не крие, че сред съставките за успех в рецептата са забъркани и еврофондовете, с чието финансиране частично е било подкрепяно развитието на фирмата. Тя е кандидатствала и печелила финансиране за два проекта по оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“. Единият от тях е за подобряване на производствения капацитет чрез закупуване на печатарска машина, а вторият - за внедряване на висок клас система за управление на печата. Финансовата подкрепа по двата проекта доближава 1 млн. лв., а резултатът от направените инвестиции се вижда и в привлечените международни клиенти. Днес около 90% от продукцията на „Смилков“ са за експорт. Печатницата произвежда книги за няколко издателства от Западна Европа и основният дял на приходите ѝ идва по линия на тези поръчки.

### Уроци по предприемачество

„Блягоевград ни харесваше много и искахме да останем тук“, започва разказа си за старта на бизнеса собственикът на печатница „Смилков“. Началото е през 90-те, когато повечето предприемачи се насочват към София, а младите хора напускат не само Блягоевград, но и страната. Смилков е роден в града, а причината за частната инициатива в областта на печата е неговото образование в специалност „Икономика, полиграфия и управление на полиграфическото

производство“ в Украйна. „От там дойде интересът към професията и бизнеса“, казва той. Преди да отвори печатницата, за кратко се занимава с търговия – изнася от България печатарски материали за страни от бившия СССР. „Бяха трудни години, но когато дойде правителството на Костов и беше въведен валутният борд, реших, че това е сигнал за стабилност и е време да се случва нещо. Така отворихме“, спомня си той. Годината е 1999. Смилков тръгва към бизнеса като повечето предприемачи. С малки стъпки. Печатницата е в помещение от 140 кв.м в кв. „Еленово“, първите инвестиции са направени с изтеглени кредити, а машините са взети на лизинг. Повечето клиенти се местни фирми, печата се и гръцки вестник. Петте години след старта са години на опити и в пазарите, и в производството. „През 2004 г. взехме първата по-голяма машина и увеличихме обемите“, казва Смилков. Четири години след това е постро-

ена новата сграда на печатницата. Смилкови купуват земята и издигат от януари до ноември новия дом на бизнеса. „Като за награда получихме световната икономическа криза. В този период бяхме купили машини за 1 млн. лв. и плащаме и кредити за сградата, в която инвестицията беше около 1.5 млн. лв. Това беше най-трудният, бих казал, преломен момент за нас“, обяснява собственикът.

Неговото мнение е, че когато излезе на нулата, един бизнес на практика престава да се развива. „За тези 20 години ние постоянно се кредитираме, плащаме кредити и теглим нови. Ако стигнем на нулата, значи сме спрели да се развиваме. През последните три години имаме по около 1 млн. инвестиции годишно, в т.ч. помощта от еврофондовете, и това е основният двигател зад увеличението на приходите ни“, обяснява Христо Смилков. Той смята, че за да има производителност и успех за българския бизнес, трябва да са налице хората, които като





**През последните три години имаме по около 1 млн. инвестиции годишно, в т.ч. помощта от еврофондовете, и това е основният двигател за увеличението на приходите ни.**

**Христо Смилков,**  
собственик  
на печатница  
„Смилков“



него са готови „да превръщат парите в желязо“ и не се отказват да търсят пазари за продуктите си.

### **Европейското гориво в двигателя на малкия и средния бизнес**

Печатницата кандидатства два пъти с проекти за европейско финансиране и два пъти успява да ги реализира безпроблемно. Не така обаче стои въпросът с функционирането на програмите, които са силно зависими от политическата стабилност и доверието на Европа към националните власти. „Преди години, когато имахме съмнения за корупция, не искахме да се занимаваме с никакви проекти. Видяхме стабилност в средата на предишния програмен период 2007 - 2013 г. и решихме да подадем проект по „Конкурентоспособност“. Бяхме вече класирани, когато на власт дойде правителството на Пламен Орешарски. Спомням си, че класирането излезе в края на май. Беше качено на сайта един петък вечерта, а след два часа го свалиха. По-късно качиха пак класирането и бях поканен да подпиша договор с Министерството на икономиката, но през юни парите по програмата бяха спрени. Това беше първият ни опит с еврофондовете. Жесток и обиден, но не се отказахме“, спомня си Смилков. По думите му, в новия период 2014 - 2020 г., когато оперативната програмата вече е с името „Иновации и конкурентоспособност“, нещата тръгват по-добре и компанията

успява да подаде, защити и изгълни същия този проект. Той е за покупка на машина, която печата в точно определен формат и четири цвята, и трябва да подобри производствения капацитет на предприятието. Общата стойност на проекта е близо 1.3 млн. лв., от които около 497 хил. лв. са европейско, а 88 хил. лв. национално съфинансиране. Грантът по оперативната програма, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие, покрива около половината от стойността на машината. Тя е купена от Германия и съществено подобрява процесите и капацитета на производството. Стремещт на Смилкови е всички машини да са от доказани производители и да са висок клас. „Не спираме да се интересуваме какво се случва в индустрията и държим ръка на пулса ѝ. Всички машини за печатане при нас за германски“, казва собственикът на печатницата.

Второто кандидатстване за европейско финансиране е в същия програмен период на същата оперативна програма, а проектът е „Развитие на управленския капацитет и растеж на Смилков ЕООД“. С него компанията цели да подобри управлението на машините и процесите в печата. „Въведохме системата за управление на печатници Heidelberg, която е една от най-добрите практики в света и малко печатници на българския пазар работят с нея. Има и такива колеги, които са я внедрили частично, с





## В компанията работят 740 души, а заплатите са над средните за региона.

отделни модули, но при нас е интегрирана изцяло“, обяснява Смилков. По думите му проектът е бил за 312 хил. лв., а програмата е поела 70% от финансирането.

С нито един от двата си проекта собственикът на благаевградската печатница не е усетил трудности, проблеми и забавяния. Той оценява като най-важен елемент в работата с оперативните програми намирането на адекватна помощ от страна на консултантите. „Най-трудно е да намериш добър консултант, а без такъв е абсурдно да се опитваш да правиш нещо. Ние имаме късмет, че работим с много точна фирма и нямаме никакви забележки“, казва той.

Смилков е категоричен, че програмите са страхотно гориво за мотора на бизнеса, и вече е подал трети проект, който чака европейска подкрепа. „През май подадохме предложение за финансиране на две нови машини и сега чакаме класирането по „Иновации и конкурентоспособност“. Нямам никакво съмнение, че бизнесът трябва да се възползва от тези възможности на 1000%“, обяснява Смилков.

### Между визитките и луксозните книжни издания

Инвестиционната политика на компанията, която се подкрепя значително от еврофондовете, води след себе си добри резултати не само по отношение на работата, но и в приходната част на баланса. „От 2016 г., откакто модернизирахме за първи път производството с евросредства, имаме всяка година двуцифрени ръстове. В трите години след изпълнението на първия ни проект общият ръст на приходите е 41%. На практика бизнесът се е удвоил“, казва Смилков.

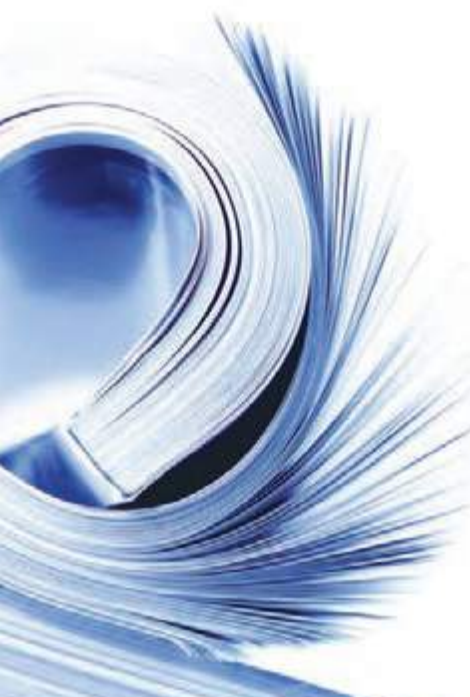
Днес компанията вече се е превърнала в средно голяма за местните стандарти фирма с отлични перс-

пективи. Новите машини и системи за управление позволяват да се работи с много по-висока ефективност, а времето, нужно за производство и доставка, може да се сведе до минимум. От 2013 г. фирмата разполага и със собствен камион, който подпомага логистиката, а за доставките в Европа компанията работи със специализирани спедитори.

Портфолиото на „Смилков“ е богато и включва визитки, етикети, картонени опаковки, вестници и списания, брошури, каталози, книги, плакати и рекламни материали, флаери, календари, папки и др.

Когато през 2009 г. финансовата криза намалява драстично поръчките, собствениците започват да търсят възможности за диверсификация и преориентиране. Дотогава те работят основно за българския пазар. Оказва се, че кризата донесе колкото загуби, толкова и възможности, защото отваря вратата за международните партньорства на компанията. „Така се случи, че започнахме да печатаме книги за чужбина. Първоначално работихме с търговска фирма от София, която таргетираше френскоезичните пазари. Стартирахме сътрудничество с нея през 2010 г. и компенсирахме свиването на местния пазар“, разказва Смилков. Желанието му обаче остава бизнесът не само да оцелява, а да се разширява. Купуват се нови машини. През 2016 г. печатницата създава собствен търговски отдел, който днес работи директно с клиентите във Франция, Швейцария, Белгия, Холандия и Германия. От тази дейност днес идват 90% от оборотите на дружеството, като дялът на продажбите на местния пазар остава много нисък.

„Специализирахме се в производството на книги и правим и български издания, но търговският отдел





разви много външните пазари. Използваме

директен маркетинг в привличането на потенциални клиенти. Хората в този отдел са млади, образовани и мотивирани и говорят езици“, споделя Христо Смилков. По стечение на обстоятелствата търговецът, който развива немския пазар, е неговата снаха, която е германка и идва да живее в страната със сина му. „Но тя не дойде да живее в България, защото когато казваме България, разбираме София, а дойде в Благоевград“, подчертава той.

От финансовите отчети на „Смилков“ е видно, че ръстът на бизнеса в първата година след откриването на отдела е 72%. 2017 г. е приключила с приходи от 3.2 млн. лв. при 1.8 млн. лв. година по-рано. 2018 г. също е година на растеж. Скокът на оборота обаче е по-малък - 15%. Очакванията са, че през 2019 г. печатницата ще има 19% ръст на приходите и увеличение на печалбата.

### Колко е важно къде си

Компанията на Христо Смилков осигурява заетост на 40 души в района. „Обичам града си, но от 20 години имам съмнения дали е грешка, че бизнесът е в Благоевград. Мисля, че ако беше в София, щеше да е даже още по-успешен и голям, но обстоятелствата се развиха така“, казва собственикът. Основната, свързана с местоположението, трудност, която той отчита, е пазарът на труда. „Тук няма подготвени кадри за разлика от София. В Благоевград това не е традиционно производство“, обяснява той. Досега компанията е обучавала всички заети в производството, за да могат да работят с новите високи технологии. „Един човек, за да стане наистина печатар, трябва поне три години обучение и разбиране на процесите“, казва Смил-

ков. „Единственият начин да мотивираме младите хора да работят при нас е с високи заплати и смея да твърдя, че възнагражденията ни са над средните в града. Средната брутна заплата тук е 1300-1400 лв.“, допълва той.

Близостта до София има своите предимства и недостатъци. Компанията има клиенти от столицата и логистиката е сравнително бърза и лесна – час и половина път. Големите доставчици на суровини за индустрията също са там. „Пътуваме всеки ден и смятам, че това е един от недостатъците да не сме в София“, казва Христо Смилков.

Благоевград той вижда като областен център със затихващи функции. Градът претърпява някакво общо развитие, но е далеч от това, което трябва да се случи във времето, за да се говори за прогрес.

Смилков вижда основния проблем на града в липсата на инвестиции и забавянето в изграждането на индустриалната зона.

„Оправените площадчетата в центъра не стават за индустрия. Бизнесът има нужда от друг тип инфраструктура. Бих казал, че диалогът с бизнеса е нула, а без развитата икономика градът няма бъдеще“, казва Смилков. Според него основният фокус на местните власти трябва да бъде в елиминирането на корупцията и създаване на цялостна стратегия за развитие на града, така както това се прави в управлението на бизнесите. „Задача на общината е да създаде условия, така че да дойдат качествени инвеститори. Това трябва да са предприятия, които да генерират високи заплати, които да работят в висока принадлежна стойност. Ако има такива предприятия, не мисля, че хората ще ходят да работят в София. София вече не е добро място за живеене“, смята собственикът на печатница „Смилков“.



# Транспортният лидер на Бургас

## Проект:

### „Интегриран градски транспорт на Бургас“

● **Финансиране:** ОП „Регионално развитие“

● **Приоритетна ос 1:** „Устойчиво и интегрирано градско развитие“

● **Операция 1.5:** „Системи за устойчив градски транспорт“

● **Стойност:** 131 181 000 лв. (европейско финансиране 71%, 12.5% е националното участие и 16.5% финансово участие на община Бургас)

● **Начална дата на проекта:** 26.11.2010

● **Одобен от ЕК :** 16.08.2011

● **Дата на приключване:** 9.06.2016



„Бургасбус“ е движещата сила зад проекта за 130 млн. лв к ойтo е най-успешният такъв в България



**В**секи трети бургазлия поне веднъж на ден използва градския транспорт. За живеещите в краен квартал, като „Меден рудник“ например, съвсем не е без значение как ще се придвижат до работното си място или до центъра на града. За да стане градския транспорт в Бургас по-удобен за хората, още през 2010 г. общината започва пълни промени в неговата организация. Точно по това време Бургас е избран за пилотен град, в който да стартира европейският проект „Интегриран градски транспорт“ по ОП „Регионално развитие“. През деветте години от старта на реализацията му в модернизиранието на бургаския транспорт са инвестирани 131 181 000 лв., като 71% от финансирането е от европейските фондове, 12.5% е националното участие и 16.5% от тази сума е финансово участие на община Бургас. Бенефициент по проекта е „община Бургас. Закупени са изцяло нови автобуси с всички необходими удобства, включително камери за видеонаблюдение. Изцяло променена е транспортната схема на града, съпътстващата инфраструктура, изградени са велоалеи, изцяло е ремонтирана сградата на общинската фирма превозвач „Бургасбус“. Напълно обновена е бургаската автогара, която вече предлага комфортни условия на шофьорите и останалите служители. Градският транспорт се управлява от комплексна електронна система, въведени са електрон-

ни карти за пътуване, изградени са нови спирки. Създадено е общинско предприятие, което следи трафика в Бургас и предотвратява възможните инциденти и задръствания по линиите на градския транспорт.

Днес опитът на бургазлии по реализацията на проекта „Интегриран градски транспорт“ се ползва като пример в останалите големи областни градове, които тръгват по същия път или вече са изминали част от пътя към промяната.

### Началото

„Бургасбус“ е общинска фирма, която обслужва както вътрешноградския транспорт на Бургас, така и няколко междуселищни линии. В нея работят 830 души. Фирмата държи всички линии на територията на община Бургас – градска и общинска, и превоза до няколко съседни общини – Айтос, Поморие, Камено и Созопол.

Дружеството има над 20-годишен опит в обслужването на граждани с ограничена мобилност. Заедно с община Бургас е развита услугата „Позвъни и се вози!“, при която граждани с двигателни проблеми могат да направят своите заявки за превоз „от врата – до врата“ на територията на цялата община на цената на 1 билет. Това звено разполага със 7 специализирани микробуса и диспечерски пункт за приемане на заявки.

Според директора на „Бургасбус“ инж. Петко Драгнев основното предимство фирмата превозвач да е общинска е отговорността, която носи



общинската власт за всички граждани, живеещи на нейна територия. Основната задача на ръководството на „Бургасбус“ пък е да намери баланса между социалните ангажименти на обществения транспорт и финансовите параметри, за да не допуска лоши финансови резултати за сметка на социалните придобивки. А такива случаи в историята на фирмата не липсват. До 2000 г. финансовото положение на „Бургасбус“ е доста тежко. Предприятието потъва с 1.2 млн. задължения от неплатен ДДС и осигуровки. По онова време община Бургас трудно намира баланса между социалните придобивки на гражданите и чисто търговската страна на дейността. „През 2000 г. назначихме кондуктори в автобусите и успяхме да изчистим задълженията към държавата. Започнахме

поетапно да обновяваме парка си. От 60 увеличихме кондукторите на 200 и благодарение на тази мярка приходите ни нараснаха многократно. За година и половина изчистихме задълженията на „Бургасбус“ към държавата и започнахме да отделяме пари за обновяване на автопарка“, припомня инж. Драгнев. През 2008 г. „Бургасбус“ закупува първите десет нови автобуса със собствени средства. Тогава Jaspers (организацията за партньорство между ЕК, ЕИБ и ЕБВР) минава през всички големи градове в страната и обследва организацията на работа в транспортните фирми. Избира община Бургас за проекта, защото смята, че там проблемите в общинския транспорт се назовават ясно, не се прикриват. По онова време в Бургас работят още две фирми, които обслужват град-







☉ **Реконструкция на автогара „Юг“, която е развита в модерен мулти-модален транспортен терминал**

ския транспорт. За финансиране с европейски средства обаче е избрано общинското дружество.

### Проектът

Днес „Бургасбус“ обслужва 19 градски линии, включително и две троллейбусни, поддържа осем линии до съседните села – Българово, Драганово, Маринка и други. Общинската фирма разполага с 22 тролейбуса, 28 съчленени автобуса на дизелово гориво (Евро 5), седем съчленени дизелови автобуса (Евро 6), 49 автобуса на метан и допълнително 14 маршрутки. Отделно обслужва и няколко междуградски линии. Има договори за специализиран превоз на служители на редица фирми от областта - „Промет Стиил“, „Военно-морска база“, „Атия“, „Летище Бургас“, „Пристанище Бургас“. „Стремим се дейността ни да е максимално разнообразна, за да сведем до минимум риска“, казва Драгнев.

„Проектът за интегриран градски транспорт промени всичко, само хората в Бургас останаха същите, но започнаха да ползват транспортна услуга от съвсем ново качество“, казва Драгнев. Проектът внедрява изцяло нова концепция за начина, по който работи градският транспорт в Бургас. Той обхваща обновяване на целия автобусен парк (плюс троллейбусния парк по отделен проект), новопостроена или подновена транспортна инфраструктура на града, въвеждане на електронно таксуване, информация в реално време по спирките и в автобусите, дейности по управление на трафика и още елементи.

Проектът минава през няколко основни направления : закупуване на нови превозни средства, реконструкция и на места изграждане на напълно нова транспортна инфра-

**120**  
**на брой автобуса са с ново боргово оборудване, за да може, когато пътникът се качи, да се валидира с електронната си карта.**

структура в Бургас, въвеждане на електронизация, включваща както управление на транспортните потоци, така и електронна билетна система. Закупените по проекта 22 нови дизелови съчленени автобуса EURO 6 и 39 автобуса на метаново гориво имат съществен принос както за подобряване на качеството на транспортните услуги, така и за качеството на въздуха в морския град. Инвестираните средства в първия етап на проекта са в размер на 30.169 млн. лева. Всъщност автобусният парк на Бургас вече е изцяло обновен, защото общината получава и 22 нови тролейбуса по ОП „Околна среда“. По програмата „Околна среда“ са доставени общо 100 нови тролейбуса в България, като те се разпределят между Бургас, Стара Загора, Плевен и Варна. Следващият етап от проекта “Интегриран градски транспорт“ в Бургас е свързан с направата на транспортна инфраструктура, съответстваща на модернизирания обществен транспорт. Съществена част от този етап е изграждането на бърза автобусна линия, която преминава през централната градска част на Бургас от южния комплекс „Меден рудник“ до двата северни комплекса – „Славейков“, и „Изгрев“. В града са изградени нови булеварди. Направено е съществено подобрение на уличната мрежа в комплексите „Меден рудник“, „Изгрев“, както и в центъра на града. Изгражда се „Автогара Юг“, обновена е и част от бул. „Сан Стефано“. В центъра на Бургас се приема единственото по рода си решение в страната за създаване на улица, която да бъде използвана само за превозни средства на градския транспорт. Това дава възможност за бързина в обслужването по основната градска линия. Самият терминал „Юг“ е изпълнен по моде-

рен начин като интермодален транспортен възел, където се срещат жп, автобусен, междуселищен и морски транспорт. От там тръгва и линията, която свързва града с летище Бургас. В центъра на Бургас вече преминават само бързата транспортна линия и тролейбусният транспорт.

За служителите в градския транспорт е от съществено значение благоустрояването на автобусното депо, направено във втория етап на проекта. Закупената нова техника на обслужване, изградените в депо то нови дизелова и метанстанция за обслужване на автобусите, са от съществено значение за създаване на всички съвременни условия за работа.

Последният етап от работата по проекта е свързан с дейностите по електронизация, които включват както контрола и управлението на транспорта в града, така и създаване на електронна билетна система. С една електронна карта пътникът може да пътува по всички линии, след като зареди определен брой пътувания. Най-изгоден е пакет с 50 пътувания, при който цената на пътуването е 1.20 лв. При 30 пътувания цената става 1.25 лв., а при закупуване на билет от автобуса – 1.50 лв. Всеки електронен билет е „времеви“, т.е. с един билет пътникът в Бургас може да се прехвърля от една на друга линия в рамките на 45 минути. Достъпът за пътуване до всички линии и „времевият“ електронен билет са главните характеристики на новата система за електронно таксуване. В резултат на проекта са изградени както два центъра за контрол и управление – един към „община Бургас“ и втори – към общинския превозвач „Бургасбус“ за диспечерски нужди. Така, на практика може да бъде проследявано местонахождение

нието на всеки автобус, а гражданите получават онлайн информация за движението на превозните средства.

### Трудности

Модернизацията на градския транспорт дава възможност на бургазлии бързо, лесно, удобно и сигурно да стигнат до всяка точка на града. Резултатите по проекта имат положителен ефект и върху бизнеса в морския град, тъй като работниците и служителите стигат бързо и удобно до работното си място. Ръководството на „Бургасбус“ се сблъсква и с доста трудности по проекта, свързани с промяната на навиците на хората при ползване на градския транспорт. Трудностите са свързани най-вече с промяната на транспортната схема на града. Хората трудно свикват с комбинирането в едно на две от най-важните автобусни линии и създаването на Бързата линия. Днес обаче всички признават, че направените промени осигуряват по-голям комфорт и удобство.

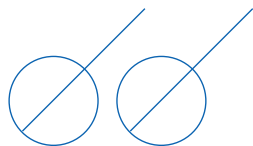
### Финансово състояние

След 2000 година финансовите проблеми на „Бургасбус“ остават в историята – до 2017 г., когато фирмата

отново излиза „на червено“ с 4 млн. загуба поради ситуацията и стреса при въвеждането на новата транспортна схема. „Предприехме много допълнителни мерки наведнъж, а хората не бяха свикнали с промените. Имахме по 20 жалби на ден, а в момента нямаме нито една“, казва инж. Драгнев. 2018 година отново приключва със загуба - от 500 000 лева, заради инвестициите в нови автобуси. Общинската фирма залага в плана си средства за закупуване на бордово оборудване за всички нови автобуса, които не са придобити по проект „Интегриран градски транспорт“. В тези условия след 2016 г. дружеството със собствени средства продължава обновлението на парка, като закупува на лизинг нови седем съчленени автобуси „Соларис Метростайл“, както и шест минибуса „Карсан“, 5 броя „Исузу“ и три - „Карсан Атак“.

„Днес Бургас разполага с най-модерното оборудване в градския транспорт в цялата страна“, посочват от ръководството на „Бургасбус“. Оборътът на дружеството за 2018 г. бележи ръст от 3 млн. лева спрямо предходната година. Очакванията са през 2019 г. дружеството да излезе на печалба.

Всички усилия на екипа на „Бургасбус“ са насочени към подобряване на предлаганата транспортна услуга на жителите и гостите на града. Положителното в примера на Бургас – това са съвместните усилия на общинският превозвач и община Бургас, насочени към цялостно модернизиране на общественя транспорт, казват от общинското ръководство на Бургас и фирмата превозвач. В условията на сложна динамика на икономическата среда тези общи усилия дават възможности за постигане на желаните резултати.



**„Имахме по 20 жалби на ден, а в момента нямаме нито една.“**

**инж. Петко Драгнев,**  
директор  
на „Бургасбус“





# Място за старите Юнаци

## Проект:

### “Реконструкция на Юнашки салон”

○ **Финансиране:** ОП “Региони в растеж” чрез инициативата JESSICA със съдействието на Регионалния фонд за градско развитие

○ **Приоритетна ос 1, Операция 1.1:** „Социална инфраструктура”

○ **Стойност** :1800 000

○ **Инвеститор** : община Варна



Емблематичната за Варна сграда на Юнашкия салон получи шанс за нов живот, преди да се разруши безвъзвратно



**Г**олемите градове имат своите архитектурни символи, които пазят духа и историята на поколения назад. София например

има няколко чаровни градски къщи - Къщата с ягодите, Двойната къща или тази на поета Пейо Яворов. Пловдив си има редица сгради в Стария град, а Видин е дом на впечатляваща синагога.

Варна може да се похвали с втората по големина катедрала в България, "Успение Богородично". Точно срещу нея обаче се намира една малко по-малко известна жълта чаровна сграда с възрожденски щрихи по фасадата на име „Юнашки салон“. Зданието всъщност има дълга история, преживяло е различни катаклизми и дори е било на прага на разрухата, но с помощта на предприемчиви хора и успешно финансиране по инициативата JESSICA със съдействието на Регионалния фонд за градско развитие през 2015 г. салонът получава втори шанс. Стойността на проекта е 1.8 млн. лв., а средствата идват по приоритетна ос „Социална инфраструктура“ на оперативна програма "Региони в растеж".

Както от община Варна коментираха за "Капитал" - сградата е емблематична за града. Някога тя е била дом на спорта - провеждали са се тренировки и състезания по фехтовка, бокс, волейбол, била е първата сграда на Юнашката организация изобщо в страната. През годините зданието влиза в различни роли, като минава през разрушение по време на войните, тех-

нопартидата през 90-те години до една почти фатална бъркотия със собствеността в началото на XXI в. През 1982 г. сградата е обявена за паметник на културата и архитектурата. Именно нещастната съдба на много паметници на културата притеснява обществото у нас от години и те наблюдават как сгради с богато минало и забележителен вид изчезват от пейзажите на градовете. За щастие с помощта на европейското финансиране сградата получава нови функции - музей на спортната слава на Варна, дом на общинска дирекция и зала за събития. След ремонта през 2015 г. сградата се съживява и може да се ползва за нови функции. Вече не е особено годна за спортни мероприятия, тъй като е твърде малка и не е подходяща за настоящите стандарти за тренировки. Специфичната ѝ ценна архитектура и историческата ѝ значимост обаче се запазват. С малко повече въображение и инициативност общината - стопанин на Юнашкия салон, може да събуди духа на мястото и да му намери нова полезна цел.

### **Волейбол, опери и складиране на жито**

"Това е първият гимнастически салон и самото Юнашко движение е било първото доброволно събиране на хора с фокус спорт", обяснява Алис Магърдичян, управляващ директор на Регионалния фонд за градско развитие.

Според книгата на Петър Гечев "Юнашкият салон 1910 - 2015" организация „Юнак“ е първата общест-

вена патриотична организация, като началото ѝ е поставено още от края на XIX в. В основата ѝ стои спортът и физическото възпитание като ценност, но освен това тя е имала за цел да възпитава младежта. Постепенно тя се сдобива с редица имоти. Сградата на Юнашкия салон във Варна е построена през 1910 г. по проект на арх. Манол Йорданов. Тя е била и първото здание в цяла България, построено специално за целите на движението. Отпуснат е общински терен за гимнастическия салон на организацията, а строителите работят безвъзмездно, за кауза. Любопитен факт е, че през 1915 г. става една от малкото обществени сгради в морската столица, които са електрифицирани. Фасадата ѝ носи полъх на възрожденски дух, без да напомня твърде много на отминалите времена. В облика ѝ преобладава стилът сецесион. По нея има уникални дървени елементи и колони.

Салонът приютава спортисти от всякакви сфери още през 20-те години на миналия век: спортна и художествена гимнастика, фехтовка, бокс, волейбол, баскетбол и т.н. По спомените на треньори от онова време, цитирани от Гечев, през студените варненски зими една голяма тенекиена печка е спасявала трениращите в залата младежи.

Спортът обаче далеч не е бил единствената функция на сградата. Гости са били италиански оперни певци, като тук се е провело първото оперно представление във Варна. През 1912 г. именно в салона е премиерният концерт на първия български симфоничен оркестър. Покрай войните в началото на XX в. сградата е претърпявала редица щети, пожари, войници са я окупирали, а в един момент е преустройвана, за да стане... склад за жито.

### Чий е то зи имот

Славното минало обаче се сблъск-



➔ Юнашкият салон е сградата с богата история, която търси нов смисъл след обновяването

➔ През 1982 г. сградата е обявена за паметник на културата и архитектът урата





⊖ **Историята на Юнашкия салон е обвързана със спорта от построяването му, но над век по-късно той трябва да открие ново призвание**



ва с един ключов проблем за много подобни сгради през десетилетията - собствеността. Прехвърляна от една институция или ведомство в друга, тя постепенно губи функционалността и се руши все повече и повече. С идването на комунизма повечето от сградите на „Юнак“ са национализирани. От 1965 г. по данни на община Варна сградата е държавна собственост. Българският съюз за физкултура и спорт го управлява от 1946 г. (от дирекция „Общинска собственост, икономика и стопански дейности“ уточниха, че информация за собствеността и ползването на Юнашкия салон за периода от 1930 до 1946 г. няма).

От книгата на Петър Гечев става ясно, че през годините, в които Юнашкият салон е държавна собственост, са се носели слухове, че сградата може да се прероди в нещо съвсем различно - хотел, банка и т.н. Поколенията спортисти обаче не са позволили това да се случи.

През 1995 г. сградата става общинска, като тогава в нея се помещават клубове и администрацията на сдружението “ЖСК-Спартак” (Варна). Само четири години по-късно с преписка на тогавашния областен управител Добрин Митев сградата преминава към Комитета за младежта, физическото възпитание и спорта, а впоследствие през 2000 г. е вписана в активите на „Национална спортна база“ ЕАД. Те се оказват лоши стопани, сградата не се използва и започва да се руши.

Докато Симеон Сакскобургготски е министър-председател, имотът преминава в управлението на Варненската районна дирекция на Българския спортен тотализатор. Тогава кмет е Кирил Йорданов. Местната власт научава от Държавен вестник, че сградата вече не е нейна, припомня Гечев. Йорданов започва битка и настоява

да се отмени постановлението, с което салонът е актуван като държавна собственост. Чак на 27 ноември 2014 г., по време на втория кабинет на Бойко Борисов, новият варненски кмет Портних получава символично ключа за Юнашкия салон от регионалния министър Лиляна Павлова и спортния министър Красен Кралев. Оттук започва и новата глава в историята на салона.

### Глътка нов живот

По това време вече има проект за реновация на сградата на архитектите Константин Пеев и Мария и Пламен Аврониеви. Проектът се е управлявал от община Варна, като негови ръководители са били Николай Костадинов и Кристиана Генчева.

През 2015 г. община Варна сключва договор за кредит с Регионалния фонд за градско развитие и Societe Generale Експресбанк чрез инициатива JESSICA, за да ремонтира и преоборудва салона. Специално за реконструкцията няма обявена конкретна обществена поръчка. Община Варна е сключила рамково споразумение за отделни видове строителства и в рамките на срока на това споразумение възлага строителство на изпълнители. В случая това е ДЗЗД "АБ Варна", в което влизат строителните компании АБ и "АБ инвест НН".

"При салона най-значима е конструкцията вътре в сградата, тази, която носи покрива", разказва Пламен Аврониев, един от архитектите зад реновацията. Той обяснява, че греди под тегъл стигат до покрива на сградата и се виждат вътре в интериора на основното помещение. Предизвикателството е било как да се съобразят с изискванията за противопожарна безопасност, тъй като гредите са направени от дърво. Все пак остават направени от същия материал, само

са боядисани с набъбваща боя. Подобно архитектурно решение може да се намери в много малко сгради в България, казва Аврониев.

Вътре са създадени и стълби за лесна връзка между етажите, възстановени са съблекалните, направени са допълнителни галерии, на които са подредени повече столове за зрителски места, тъй като преди това са били ограничени. "За фасадата измислихме цветово решение, което според нас ще пасва. Изричното условие беше да се запазят орнаментите с автентичен вид до най-малкия детайл. Майсторите го изпълниха впоследствие и с това запазахме специфичния вид на фасадата", казва Пламен Аврониев. Той разказва, че сложната част е била да се засеме архитектурно сградата, а след това са преминали към проекта за съхраняването ѝ. "Към колектива беше привлечен колега с лиценз за паметници на културата - арх. Константин Пеев, който има много опит в сферата", подчерта Аврониев.

Ремонтът струва 1.68 млн. лв. с ДДС и се изпълнява от април до декември 2015 г. Вътрешността е изцяло обновена, а фасадата - запазена. Спортната общност във Варна, както през целия живот на сградата е следяла ремонта внимателно и с голямо желание, споделят от Регионалния фонд за градско развитие. Проектът е имал още една полза. "По време на развалянето на сградата открихме много стари архиви в ниши и и на тавана, затова ги предадохме и част от тях са изложени в музея на спортната слава на Варна", казва Аврониев. Така проектът е запазил и частица история на морската столица.

### Минало - добре, а настоящ е?

„След финала на проекта сградата ще бъде превърната в дом на спортната общественост и слава, както е зами-

# 284

**мероприятия  
са проведени  
през 2018 г.**

слена при построяването“, каза при началото на ремонта кметът Иван Портних. По данни на община Варна за 2017 г. са проведени 104 мероприятия с 8136 посетители, а приходът от събития е 6315 лв. Ръстът през 2018 г. обаче е над два пъти - вече са реализирани 284 събития, които са привлекли и повече хора - 17 148 души. От тези мероприятия 50 са били платени и те са генерирали 13 704 лв., уточниха от общината.

В момента основен клиент на Юнашкия салон си остава стопанинът ѝ - общината. На втория етаж например в няколко стаи се е настанила спортната администрация на общината, а от време на време се провеждат заседания на общинския съвет. Има и събития за професионално ориентиране, провели са се няколко изложби, концерти, състезания по тенис на маса, шах и модерни танци. “Предимства за ползване на средата имат всички дирекции в община Варна. С най-много мероприятия са дирекция „Спорт“, „Младежки дейности“, „Образование“, „Здравеопазване“, „Култура“ и „Туризъм“, коментираха от община Варна за “Капитал”.

“Тук се организират всички значими конференции със спортните специалисти, с дейците на образованието и науката. Организират се различни квалификационни форми, свързани с професионалното ориентиране, предлагат се срещи на работодатели с желаещи да работят съобразно интересите и квалификацията им”, разказват от община Варна.

Сградата има скрит потенциал, който благодарение на проекта по оперативната програма “Региони в растеж” и инициативата JESSICA със съдействието на Регионалния фонд за градско развитие може да бъде разгърнат. Допреди няколко години тя е била в окаян вид и не е можела да се използва за зала за спорт, но и за каквото и да е друго. Сега има и кафе, което може да се разработи, и то вероятно успешно, тъй като се намира на чудесна локация.

И ако често държавното или общинското финансиране не е достатъчно, за да помогне на градската архитектура да оживее, в случая именно кохезионната политика на Европейския съюз запълва този пропуск и дава възможност една емблематична фасада отново да радва общността.

6315  
лв. е приходът  
от събития за  
2017 г.





# Охлюви по *Варненски*

## Бенефициент:

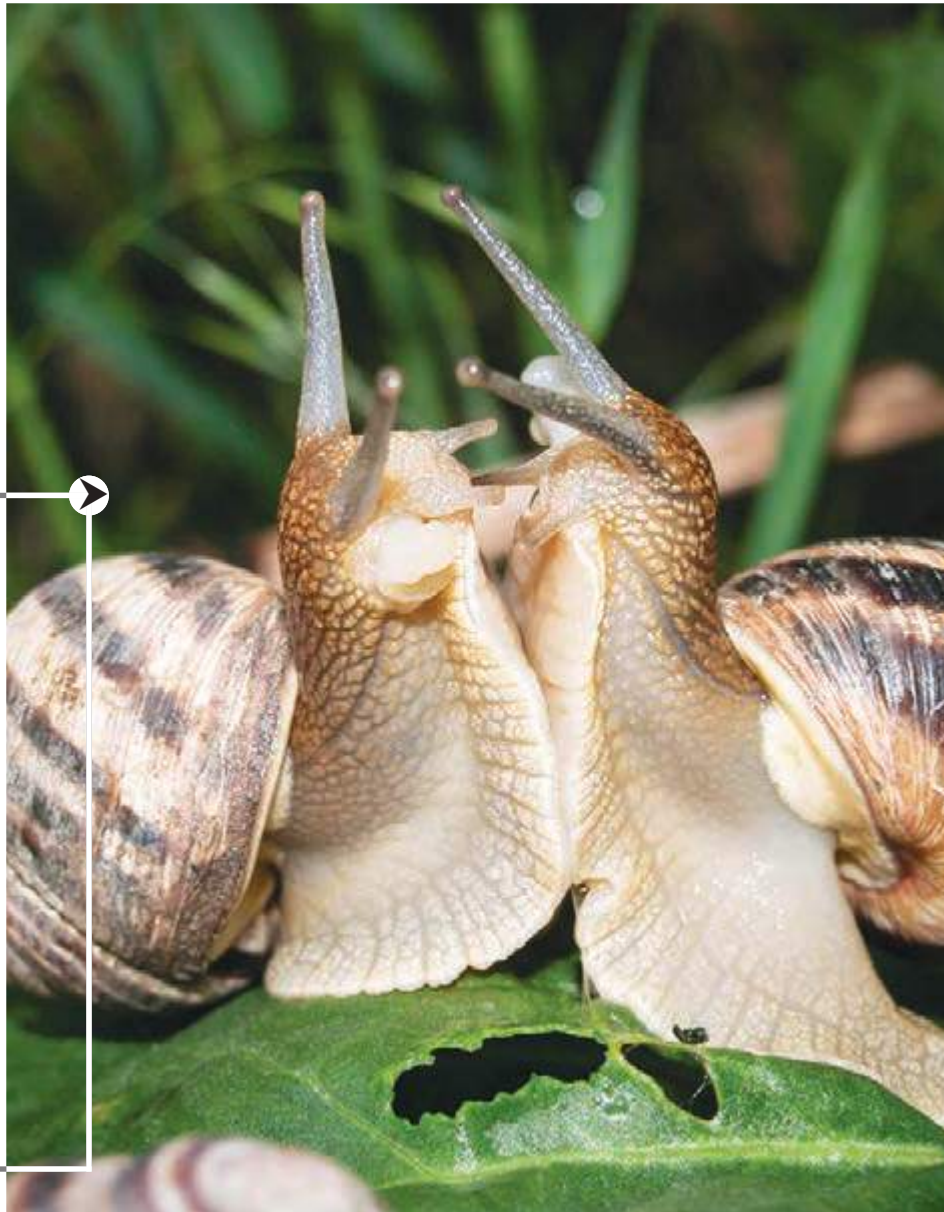
### Ферма за охлюви “Еко-Телус”

● **Източник на финансиране:** Мярка “Млад фермер” от Програмата за развитие на селските райони 2007 - 2012 г., съфинансирана от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони

● **Стойност :**  
50 000 лв.

● **Кандидатстване :**  
2012 г.

● **Период на проекта:**  
2012 - 2015г.



Отпечатъкът от по-лученото финансиране по кохезионната политика на Европейския съюз е безспорен за собствениците на семейната ферма “Еко-Телус”



**Помощта, която Петкови получават по мярката “Млад фермер” от европейската Програма за развитие на селските райони, ги спасява от фалит.**

**А**ко сте чували за село Българево, то е било по две причини - видели сте го на картата на път за нос Калиакра или сте отишли до фермата за миди „Дълбока“. Има обаче и трета, по-неизвестна причина да минете през това малко село до Каварна. През 2010 г. в селото е създаден сравнително необичаен за района бизнес - малка семейна ферма за охлюви “Еко-Телус”. Собствениците са Емилия и Пенчо Петкови, които специализират в отглеждането на охлюви от вида *Helix Aspersa Maxima* и по техни думи фермата им е третата по големина в България.

За да добиете представа какво значи това, ето ви числа - в имота, който е голям близо 5 дка, се отглеждат над 1.5 млн. охлюви. Цялата продукция се консумира в прилежащия ресторант. Фермата “Еко-Телус” е отворена за туристи, а семейство Петкови от миналата година предлага и собствени козметични продукти с концентрат от слуз на охлюви.

Фирмата успява да получи финансова инжекция по мярката “Млад фермер” на Програмата за развитие на селските райони в миналия програмен период и така два пъти се спасява от фалит. Донякъде това финансиране от общо 50 хил.лв. заедно с волята на семейство Петкови успява да запази бизнеса вече девет години. От друга страна, бъдещо европейско финансиране може да помогне за подобряването и разширяването на

нишата им с козметични продукти с модерна технология от Франция.

### **Как се прави бизнес с охлюви**

За подобен бизнес е необходимо едно ключово качество - търпение. Идеята за ферма се заражда още през 2008-2009 г., разказва Пенчо Петков. По негови думи тогава в България има охлювден клъстер, който лансира идеята, че от бизнеса могат да се правят лесни и бързи пари. В този период много предприемачи създават собствени ферми, но бързо след това фалират заради нереалистични очаквания. Семейство Петкови също са едни от тези, които се запалват по идеята, но не стават част от общата тенденция именно заради търпението и способността да издържат финансово. “Печалбата идва след втората-третата година, когато се завърти колелото”, казва Петков.

Започват с първоначална инвестиция от 80 хил. лв. и с концепцията за ферма за производство и отглеждане на охлюви по френски метод. “Най-разпространени са два метода за отглеждане на охлюви - френски и италиански”, обяснява Петков. Френският метод има по-добри добиви, но е и по-скъп, тъй като изисква инвестиция в зала за репродукция и инкубатори, докато при италианския родителите се пускат във фермата, където се чифтосват, снасят и раждат. Идеята е за френски добив, а мястото в Българево, на което в момента е разположена фермата, е семейно и се оказва подходящо за отглеждане-

то на охлюви. Така през 2010 г. “Еко-Телус” вече е реалност. Фермата се намира на половин километър от черноморския бряг и тази непосредствена близост прави климата подходящ за отглеждането на охлюви. “На мястото има морски климат, голяма влажност и предимствата са морето и фактът, че местността е част от „Натура 2000“, което я прави чист район”, разказват Петкови.

Още в началото Петкови се насочват към пазара извън България - основно във Франция, като първата година успяват да направят два големи износа. На първо време работят с логистични фирми, но впоследствие купуват собствен транспорт с помощта на европейско финансиране и дори започват да изкупуват чуждо производство. И точно когато всичко върви по план, бизнесът им претърпява два поредни удара.

### Два нокдауна и пак на крак

Първият е през 2013 г., когато техен камион катастрофира край Виена и губят над 5 т продукция. Вторият идва на следващата година - 2014 г., след като всички малки охлюви се давят в порой. “При втория фалит бях готов да се откажа, но жена ми ме убеди, че трябва да стана и да продължа, спомня си Петков. Тогава през 2015 г. изключително трудно и с последни усилия се опитахме да възродим бизнеса и превърнахме фермата в туристическа атракция.”

### Спасението “Млад фермер”

До момента във фермата са инвестирани около 300 хил. лв., като 50 хил. лв. - или цяла една шеста от парите, семейство Петкови получават по мярка “Млад фермер” по Програмата за развитие на селските райони, съфинансирана от Европейския земеделски фонд за развитие на селските ра-



📍 Семейство  
Петк ови се  
занимава с то зи  
бизнес от 2010 г.



⊕ ⊕ **Емилия и Пенчо Петкови**  
имат ферма със собствен  
ресторант, козметична линия, а  
скоро - музей и магазин



йони. Същата мярка я има не само по програмата, но и от директните плащания на субсидиите, които отново са част от кохезионната политика на Европейския съюз и разплащателна агенция за тях е Държавен фонд “Земеделие”.

Любопитното е, че не е било необходимо да отделят твърде много време, за да търсят финансиране или да проучват. “Всеки от тази сфера (земеделската - бел.ред.) знае, че има програми и проекти от кохезионната политика на ЕС”, уточнява Пенчо Петков. Семейството кандидатства за финансиране през 2012 г., през миналия програмен период, като и двамата са впечатлени от това колко лесно и гладко протича процесът. “С жена ми написахме бизнес проекта си за една вечер, сглобихме нещата добре. Вярно е, че чисто математически имахме грешки, но пък те бяха коригирани от служителите на разплащателната агенция Държавен фонд “Земеделие”, които бяха много толерантни и така с лекота се случиха нещата”, разказва Пенчо Петков. Той смята, че донякъде от полза е било това, че бизнесът е бил изграден към този момент, когато са подали кандидатура с проекта си. “Не срещнахме пречки, напротив”, казва Петков.

През 2012 г. получават първата порция плащане - 50% при одобрението на проекта. “Самият проект по мярката “Млад фермер” е за увеличаване на икономически единици и за разширяване на стопанство. Нашето стопанство беше достатъчно голямо и ние нямахме необходимост да го разширяваме. Аз вече бях инвестирал собствените си пари”, казва Пенчо Петков. Тъй като към този момент бизнесът е изграден и съществува, Петкови използват финансирането за закупуването на хладилен транс-

## Догодина Петкови планират да отворят и първия по рода си у нас музей на охлюва.

порт, който представлява превозно средство, тежко 8.5 тона. “Този хладилен транспорт ни даде свободата да доставяме готовата ни продукция в чужбина. Става дума за Белгия и Франция”, каза Петков. Оттогава са спрели с износа, тъй като вече са набрали скорост тук и искат да развият българския пазар на продуктите. “Тази помощ от “Млад фермер” беше добра финансова инжекция в този момент. Като цяло кохезионната помощ беше много полезна”, допълва той.

За съжаление успехът с новото превозно средство не продължава дълго и следва катастрофата от 2012 г. край Виена, когато губят и много продукция. Тогава бизнесът попада на ръба на фалит. “Бях на ръба да спра с този бизнес при катастрофата и точно тогава от разплащателната агенция ми казаха, че трябва да се постарая и да продължа напред”, разказва фермерът. Така фактът, че семейството е част от европроект, им дава допълнителен стимул да продължат, което впоследствие се оказва правилно решение. Закупват друг камион и започват пак да работят.

През 2014 г. обаче те отново попадат в тежка ситуация, когато наводнение дави голяма част от охлювите. Спасението обаче идва с вторичното плащане по “Млад фермер”, което е било от голяма полза - следващите 50% от 50-те хиляди лева, твърди Петков. “Когато през 2015 г. получихме тези пари, средствата ни дойдоха добре и ние успяхме да възродим бизнеса”, разказва той.

“Тази субсидия на нас ни помогна да се спасим от тези два фалита. При втория фалит бях готов да се откажа, но и жена ми беше подстрекателката - нямаш право да се отказваш, ставаши и продължаваш.”

## Ферма, ресторант, козметика

С течение на времето двамата разбират колко голям е потенциалът на това, което вече са създали. Според Петков фермата им в с. Българево се намира на изключително стратегическо място заради близостта до нос Калиакра като популярна туристическа дестинация, както и заради самото естество на бизнеса им. Така пет години след началото на бизнеса им семейство Петкови стават първите в България, които отварят фермата си за туристически посещения. В момента гостите на “Еко-Телус” могат да видят всички процеси при отглеждането на охлювите - от тяхното възпроизвеждане, през снасянето на хайвера, до излюпването на малките, като част от самостоятелно посещение или тур-беседа.

Първоначално при презентирането на фермата Петкови добавят и кратко дегустационно меню към обиколката на посетителите. Впоследствие забелязват силен интерес към охлювите като деликатес и се решават да отворят ресторант в самата ферма - отново за пръв път в страната. В момента цялата продукция на “Еко-Телус”, както и тази от три по-малки ферми се консумира в ресторанта им “Ескарго”. От 2018 г. Петкови имат и собствена козметична серия продукти с концентрат от слуз на охлюви, която се произвежда по тяхна рецепта и с техни продукти в Пловдив. По-рано предлагат такава козметика от чужди производители, но отново заради големия интерес и по препоръка на посетители решават да създадат собствена марка.

## Бъдещи европейски инвестици и: в козметиката

Отпечатъкът от финансирането по кохезионната политика на Евро-



пейския съюз в историята на “Еко-Телус” е безспорен според Петков. Без него и без съдействието на служителите от Разплащателната агенция вероятно бизнесът нямаше да съществува, а и да се разширява в различни отрасли. Сега съществуват и други варианти за субсидии и финансиране по европейски проекти в рамките на кохезионната политика на Европейския съюз, което дава шанс на подобни земеделски бизнеси. Самият Пенчо Петков разказва, че със съпругата му проучват и други възможности. По думите му в момента изчаква да стане ясно до каква степен ще се усвоят средствата, заделени по Програмата за морско дело и аквакултури в настоящия програмен период 2014 - 2020 г. “Възможно е да пуснат възможност за кандидатстване за по-свободни проекти и там да се включим и ние”, казва Петков. Би искал да използва средствата, за да вкара ноу-хау от Европа - нова технология от Франция за бизнеса им в сферата на козметиката. Оборудването е скъпо и самостоятелно, без помощта на европрограмите трудно ще направят подобна инвестиция.

### И един музей

Петкови залагат изцяло на връзката с клиентите и качеството на услугите и продуктите си и това си личи навсякъде във фермата им. Самите те разработват рецептите на всичко, което се предлага в ресторанта им, и продължават да са активни във всеки аспект от работата във фермата. Фермата и ресторантът отварят врати в началото на май и работят до края на октомври. Целогодишно за тях работи още един човек, а при нужда наемат други сезонно. При тях, както и при много други бизнеси у нас липсата на работна ръка се оказва

ключов проблем. “Много трудно се намират хора, които имат желание да се научат и да правят нещата както трябва”, смята Петкова.

Догодина на имота в село Българево трябва да се появи първият по рода си в България музей на охлюва, който според Петкова ще е особено интересна атракция за деца, ученици и туристически групи. Според нея у нас все още се знае изключително малко за охлюва като вид, за неговите вкусови и козметични качества и това е една от каузите на „Еко-Телус“. В допълнение също от догодина във фермата трябва да заработи и магазин, в който Петкови ще предлагат собствените си козметични продукти, както и други тематични сувенири, произведени на място. Тази година пък на пазара трябва да излязат още две серии от козметичната линия - арома и с розово масло.

За семейство Петкови това е единственият смислен начин за разрастване. И двамата са убедени, че могат да са предприемачи и на други места, но така биха загубили двете си найценни конкурентни предимства - качеството на продукта. Европейското финансиране пък е позволило да разширят границите на бизнеса си извън България и без да са в чужбина. А впоследствие - да го съживят и да му дадат втори шанс да оцелее.



## В този бизнес печалбата идва със скоростта на охлюва.

**Пенчо Петков,**  
собственик  
на “Еко-Телус“

## Тук имаме директния контакт с хората, а това радва и тях, и нас.

**Емилия Петкова,**  
собственик  
на “Еко-Телус“





# Машини за успех

## Проект:

**Производствени  
инвестиции в  
големи предприятия, свързани с  
нисковъглеродната  
икономика**

● **Цел:** Повишаване на енергийната ефективност в предприятието

● **Обща стойност на проекта:** 4.94 млн. лв.

● **Европейско финансиране:** 2.47 млн. лв.

● **Източник:** Оперативна програма "Иновации и конкурентност"

● **Начало на проекта:** 15 декември 2017 г.

● **Край на проекта:** 10 юни 2019 г.



## Историята на компанията за опаковки „Екстрапак“ и петимата ѝ основатели



**К**омпанията за производство на хартиени, полимерни и текстилни чанти и опаковки „Екстрапак“ е шестото най-голямо предприятие в област Велико Търново и най-голям работодател в старата българска столица. Приходите ѝ за 2018 г. са близо 65 млн. лв. „Екстрапак“ е от почти 25 години на пазара и освен че е лидер в своя сегмент, не спира да се развива: след три завода в града и два логистични центъра - един във Велико Търново и един в София, през 2019 г. тя обяви нова инвестиция 25 млн. лв. в първия бизнес център в старата столица.

Зад числата на „Екстрапак“ стоят петимата ѝ основатели и съсобственици - великотърновци, трима от които развиват поне още един успешен бизнес. Това са Милен Георгиев, брат му Веселин Георгиев, Николай Колев, Недко Христов и Ивайло Пенчев. Пенчев например е по-известен като съосновател и съсобственик на компанията за производство на стени за катерене “Уолтопия”, където е съдружник с Метин Мусов - също от Търново. Недко Христов стои зад „Синтезия“ - една от най-големите фирми за търговия с мастила, полимери и разредители. Той е още по-популярен с хотелите си в Арбанаси „Арбанашки хан“ и др. Най-големият акционер в „Екстрапак“ - Милен Георгиев, е също така програмист и собственик на търновската IT компания „Експерта“. Той разработва ERP

системата на „Екстрапак“ и впоследствие започва да продава продукта си за управление на бизнеса на други компании. Отскоро Милен Георгиев е начело на „IT клъстер Велико Търново“, който обединява 14 компании от региона и има за цел да утвърди Търново и съседни населени места като привлекателна IT и аутсорсинг локация.

### **Хронологията: математика, Пирин, завод**

Идеята за производство на полиетиленови торбички се появява покрай други начинания на Милен Георгиев и тогавашния му съдружник Мирослав Ангелов. Докато въртят търговия с дрехи в първите години след промените - като студенти в София, Милен и Мирослав осъзнават, че има огромно търсене на найлонови торбички (тип потник), особено по пазарите. Те започват да купуват и продават торбички и регистрират първата си фирма - „Мегапорт“. След едно разочарование от основния им доставчик - производител в Казанлък, двамата търновци решават да закупят собствена машина от Турция и да произвеждат и печатат торбичките в родния им град. Малко след това Милен и Мирослав се разделят, като Мирослав Ангелов и до днес е собственик на „Мегапорт“, друг голям производител на опаковки в Търново.

Милен - тогава 22-годишен, получава машината в замяна на дела си в „Мегапорт“. Той заедно с брат си и

**Оборотът на компанията през 2018 г. е близо 65 млн. лв., което е с около 5% по-малко спрямо година по-рано, а печалбата - около 6 млн. лв. в сравнение с 9 млн. лв. през 2017 г.**

тримата им близки приятели Николай Колев, Недко Христов и Ивайло Пенчев създават „Екстрапак“. Петимата се познават от Математическата гимназия в Търново и по думите на Милен са се сблизили още повече след един десетдневен преход в Пирин. Цехът им е тържествено открит през 1995 г., но след едно принудително местене и разширяване на производството през 1998 г. съдружниците решават да инвестират в собствен завод. Той е открит през 2001 г. През 2009 г. в покрайнините на Търново е открит вторият завод на компанията, която вече работи с полимер, биополимер, хартия и текстил.

### Новите торбичк и

В предишни интервюта Милен Георгиев набляга на факта, че бизнесът на „Екстрапак“ за българския пазар се е обезсмислил през 2012 г., когато екоминистерството въвежда високата продуктова такса за всички найлонови торбички над определени размери. Големите фирми се оттеглиха, защото нямаха сметка да продават торбички и да плащат такса, а на тяхно място се настани сивият сектор, разказва Милен и допълва, че мярката не е проработила, защото няма кой и как да я контролира. Нито е допринесла за бюджета, нито за разумното потребление на торбички. Тя обаче кара „Екстрапак“ да се ориентира изцяло към външния пазар и към производство на луксозни хартиени, текстилни чанти и опаковки от полимер и биополимер. Днес около 80% от продукцията на компанията се продава в Западна и Северна Европа. Клиенти на „Екстрапак“ са най-големите търговски вериги в Европа и престижни марки от целия свят. Наемани са от принца на Монако и краля на Швеция и се гордеят с работата си за олимпиадата в Атина

през 2004 г. и за Формула 1.

### Европроект с неочакван ефект

През 2014 г. „Екстрапак“ печелят проект по оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“. Той е за подобряване на енергийната ефективност и включва мерки като закупуване на нови машини с по-висока производителност и по-ниска консумация на енергия, оползотворяване на отпадната топлина, внедряване на енергийно ефективно осветление и на система за мониторинг и контрол на енергопотреблението. Идеята е с новите машини да се подменят стари, както и да се внедри нова инсталация за производство на чанти за многократна употреба, които замърсяват по-малко от еднократните.

В рамките на проекта „Екстрапак“ закупуват т.нар. флексопечатаща машина. Основно предимство на съвременните машини за флексопечат е значително увеличената скорост на печат – производителността по каталожни данни достига 300 м/мин., като работната производителност е най-малко 250.

Енергийното потребление също е по-ниско - спестява се електрическа енергия в размер на 1 197.000 kWh/г., както и съответно по-малко емисии на въглероден диоксид - 980.3 t/г. Планирало се е увеличаване на производствения капацитет за печат от 100 800 000 м/год. на 126 000 000 м/г., т.е. увеличение с 25 200 000 м/г., или ръст с 25%. Аналогична е ситуацията с другите няколко закупени машини - машина за полиетиленови куриерски пликосе със страничен шев, машина за ламиниране, както и енергийно ефективно осветление и автоматизирана система за мониторинг и контрол на електропотреблението.



Целият проект е на стойност 4.94 млн. лв., като безвъзмездното финансиране е 2.47 млн. лв., а останалите 2.43 млн. лв. са собствена инвестиция на “Екстрапак”. Благодарение на неговото изпълнение и новите машини компанията започва да произвежда нетъкан полипропилен - плат с добри механични свойства и ниска цена. Идеята е от него да се произвеждат торби за многократна употреба, но се оказва, че нетъканият текстил намира приложение в редица производства: той може да се влага в изработката на памперси, матраци, детски колички, автомобилни седалки и много други. „Ползите от европроекта бяха неочаквани. Попаднахме на голям пазар и се превърнахме в единствени доставчици на нетъкан текстил от тази част на ЕС“, посочва Милен. Разбира се, постигнати са и другите заложи цели: увеличаване на производствения капацитет, намалена консумация на електричество и спестени десетки хиляди тонове въглеродни емисии на година.

Инсталацията за нетъкан текстил “вдъхновява” изцяло нова производствена база - т.нар. Завод 3 на “Екстрапак”, в който са вложени

16 млн. лв. и който заработва в края на 2017 г. Въпреки позитивите от изпълнението на европроекта Милен е на мнение, че бюрокрацията около него е изключително тежка и затова той не се решава да кандидатства повторно.

Оборотът на компанията през 2018 г. е близо 65 млн. лв., което е с около 5% по-малко спрямо година по-рано, а печалбата - около 6 млн. лв. в сравнение с 9 млн. лв. през 2017 г. Същевременно обаче капиталът и активите отбелязват ръст на годишна база, а задълженията се свиват от близо 30 млн. лв. на 27 млн. лв. „Причината за спада е преустройството на производството ни - от 60%/30%/10% (полиетилен/хартия/текстил) към 30%/50%/20%. Клиентите промениха предпочитанията си, а ние не можахме с такава скорост да променим производството си и логистиката. Наложихме се да поддържаме на склад 700 - 800 тона хартия, като дори и при това положение не успяваме да покрием всички поръчки“, посочва Милен и казва, че още му е трудно да прогнозира как ще завърши 2019 г. за компанията, макар че новата организация върви

← **Веселин Георгиев, Николай Колев и Милен Георгиев по време на представянето на проекта за бизнес център в Търново на 19 септември т.г.**



гладко от април насам.

### Комплекс за наематели

Преди месец предприемачите се впускат в необичайно начинание - инвестиция в бизнес център, който се изгражда на терен, съседен на първия завод на „Екстрапак“. Вложението е 25 млн. лева (без обзавеждането и оборудването) и се финансира със заем от Уникредит Булбанк. Крайният срок за завършване е 2021 г. Разгънатата площ на комплекса е над 30 хил. кв.м. Половината от тях ще са офиси за отдаване под наем, но в центъра ще има още конгресен център, споделен офис, data център (помещения за сървъри), склад за архив и документи, плувен басейн, спортен център, кантина, паркинги, зарядни станции за електромобили и др. Комплексът е на осем етажа плюс

един подземен и един технически. Захранва се с геотермална енергия, добивана от 72 сонди плюс, електричество, като компанията ще купува енергия, добивана от възобновяеми източници.

„В града не се предлагат висококачествени офис помещения. Ако някой иска да развива бизнес с висока добавена стойност, трудно може да го направи без наличието на подобен проект“, посочи Милен Георгиев при представянето на проекта. Самият той осъзнава преди време, че не може да наеме още хора и да развива ИТ компанията си с наличните офиси в Търново. Така се стига и до идеята за изграждането на бизнес центъра.

### Винаги заедно

„Защо сме заедно и защо сме толкова добри? Отговорите на двата въпро-



**☞ За почти 2 5 години фокусът на компанията се променя от производство на полиетил енови торбичк и опаковки към хартиени и тек стилни торби**

са имат различен генезис. Ние сме приятели много преди да се случат промени в България. Събрахме се през 82-ра година в Математическата гимназия, седяхме на съседни чинове, приятелството ни датира много преди 1995 г., когато започнахме този бизнес“, коментира Веселин Георгиев, брат на Милен. „Защо сме добри - защото всички ние се интересуваме от същността на нещата, а не от тяхната форма. Това, което правим, го правим от сърце, правим го с желанието да стане по най-добрия начин, да го обновяваме, да го развиваме. Така действат и резултатите са тези, които се виждат“, казва още той. По повод инвестицията в бизнес центъра Георгиев посочва, че тя „не е случайна, не е плод на това, че някой иска да прави пари от него“. „Акцентът е да се създадат възмож-

ности за други фирми да се развиват. Това е приносът на „Екстрапак“ за бъдещето на България, за бъдещето на Велико Търново“, казва Георгиев.

Според Николай Колев успехът на „Екстрапак“ и неговите съдружници се дължи на факта, че „не си задаваме въпроса как го правим“. „Когато пред нас има ново предизвикателство, нови проблеми, никога не сме се питали: ох, сега как ще се справим. Може би ключът е, че от самото начало започнахме заедно и целият процес ни е познат от първия ден. Не сме имали нито конфликти, нито раздели“, казва Колев. И добавя: „И няма да спрем да се развиваме.“

Макар че трима от петимата съдружници живеят в Търново и следят отблизо процесите в компанията, тя на практика се самоуправлява, твърди Милен Георгиев. „Ние почти не участваме в оперативното управление. Аз най-много се занимавам с инвестициите и софтуера. Ходя и на изложения, откъдето ми идват идеите какво ново да правим. Николай се занимава с хората и инфраструктурата, Веско има съвсем малки задължения (предимно с хората от администрацията), Недко - суровини и материали, Ивайло не участва в никакви оперативни дейности“, разказва Милен.





# Дигитално *ретро*

## Проект:

„FairDeal -  
мрежа от  
платформи за  
бърза доставка  
на уникални  
занаятчийск и  
и фермерски  
продукти“

● **Финансиране:** 360 хил.  
евро

● **Източник :** Interreg V-A  
Румъния - България 2014 -  
2020 г.

● **Мярка:** Квалифициращ и  
приобщаващ регион

● **Начало на проекта :** 8  
юни 2017 г.

● **Край на проекта :** де-  
кември 2019 г.



Община Велико Търново създава платформа за електронна търговия, която да улеснява предлагането на занаятчийска и земеделска продукция от двете страни на Дунав



**П**рез последните две десетилетия платформите за онлайн продажби постепенно се превърнаха във все по-ключов елемент по пътя към успеха за редица търговци. Това, което прави тези платформи толкова привлекателни, е фактът, че те срещат потребителите с производителите и им дават пространство, където те могат да взаимодействат онлайн. А това е от особено значение, когато говорим за местна занаятчийска продукция. При занаятите традиционно срещата между хората, които предлагат такива продукти, и потенциалните им клиенти се случва предимно физически. Онлайн продажбите на подобна продукция обаче са ниша, която не е особено добре разработена в България и има съществен потенциал. Интернет е добра възможност да се скъси пътят на качествената продукция от производителя до клиента. Затова Велико Търново съвместно с партньори от Румъния работи върху създаването на иновативна мрежа, която да помогне на занаятчиите и местните земеделски производители да достигнат до нови клиенти по нов за тях канал. FairDeal е платформа, която цели създаването на нови възможности за тях в трансграничния регион от двете страни на река Дунав. Чрез нея те ще могат максимално бързо и лесно да влизат в контакт с потенциални клиенти, да се рекламират

и като цяло да достигнат до пазари отвъд местния.

### **С европодкрепа**

Целите са логични: повече клиенти, развитие на малкия и средния регионален бизнес, заетост, трудова мобилност и надомна работа на хората в региона. Платформата дава решения срещу високия процент безработица, ниското заплащане и демографското „изтичане на мозъци“, коментира ръководителят на проекта Павел Христов. Платформата има за цел да действа като междинно звено, което да свързва крайните потребители със занаятчиите и земеделските производители от трансграничния регион. Взаимодействието между традиционните форми на маркетинг и иновативните решения цели да насърчи предприемачеството, да даде нова насока на развитие на малкия и средния регионален бизнес, да повиши ефективността му. По този начин FairDeal съдейства за подобряване на пазара на труда и на благосъстоянието на групите в неравностойно положение в трансграничния регион, както и за повишаване на доходите на местните общности. „Проектът предвижда адекватни решения на общите предизвикателства по отношение на високия процент безработица, ниското заплащане и демографското „изтичане на мозъци“ - явления, които възпрепятстват икономическия растеж и социалната кон-

вергенция в региона“, коментира ръководителят на проекта Павел Христов.

Финансирането идва от програмата на евросъюза Interreg V-A Румъния - България 2014 - 2020 г., и по-конкретно по мярката „Квалифициращ и приобщаващ регион“. Водеща организация по него е община Велико Търново, а партньори от румънска страна са асоциация „Диманш“, Национален театър „Марин Сореску“ в Крайова, както и двустранната Българско-румънска търговска камара. Инвестицията в създаването на мрежата от платформи е на обща стойност над 656 хил. евро, като бюджетът за община Велико Търново е малко над 360 хил. евро. Продължителността на проекта е 18 месеца от датата на подписване на договора - 8 юни 2017 г. „Чрез FairDeal общината цели да затвърди политиките си за насърчаване на малкия и средния бизнес, за развитие на пазара на труда в региона, за създаване на нови възможности за заетост и трудова мобилност, както и за социална интеграция на хора в неравностойно положение“, коментира ръководителят на проекта Павел Христов.

Според Христов сред причините за слабия интерес към традиционните занаяти е и имиджът им като непечеливши бизнеси. В опит да промени тези представи община Велико Търново работи съвместно с партньорите си от Румъния, с които ще се опита да създаде големи перспективи пред занаятчиите в региона, давайки им достъп до един значително по-голям от българския пазар. Организацията целят да направят по-атрактивни традиционните занаяти.

В проекта могат да участват и



неправителствени организации и образователни институции, които насърчават както занаятите, така и опазването на местното културно наследство, селскостопански и занаятчийски организации. FairDeal е насочен също към безработни, към хора, търсеци възможност за смяна на работата си, включително надомна заетост или работа на непълно и гъвкаво работно време. Така FairDeal отговаря и на Програмата за стратегически цели по отношение на създаването на нови икономически възможности, подобряване перспективите на заетост и преодоляване на неефективността на трудовия пазар. Като акцентира върху земеделските и занаятчийските продукти и производства, проектът отговаря на целите на политиката на ЕС за опазване на националната иден-

**Очаква се самият онлайн магазин да заработи в началото на 2020 година, а към момента заявките за включване са погали над 5000 занаятчии от региона.**





**Платформата дава решения срещу високия процент безработица, ниското заплащане и демографското „изтичане на мозъци“.**

**Павел Христов,**  
ръководителят на  
проекта F airDeal



тичност, културното наследство и многообразие.

### **Как се прави**

Директните продажби на потребители позволяват на производителите да получат по-висока цена за своите продукти, отколкото ако продават чрез търговци на едро. Но допълнителните административни и логистични разходи често са високи и това свива печалбата. Това са основните проблеми, чието решение се търси при разработването на платформа за електронна търговия.

Според Христов проектът има потенциал да ускори продажбите на българските занаятчии зад граница, както и да разнообрази предлагането на български традиционни стоки онлайн. Очаква се самият онлайн магазин да заработи в началото на следващата година, а към момента заявки за включване са подали над 5000 занаятчии от региона и поне толкова от румънска страна. Използването на интернет платформата ще бъде безплатно както за търговците, така и за клиентите.

По-лесният достъп до потребителите през платформата е и при-

чината много занаятчии да имат интерес към проекта. Николай Петков например, който ръчно изработва изделия от дървесина, казва, че за него това е безплатна възможност да популяризира бизнеса си. Същото посочва и Бистра Николова, която предлага ръчно изработени изделия от плъсти и шушпола: „Безплатното промотиране е солидна мотивация за участие, когато предлагаш толкова нишов продукт.“

Именно проблемът с откриваемостта на подобни бизнеси от клиентите до голяма степен е в основата на проекта. Онлайн предлагането на продукти е голямо, а маркетплейс платформи като eBay стават все по-претрупани с търговци и с всякакви стоки - това прави намирането на занаятчийски продукти от купувачите все по-трудно. От друга страна, разцветът на електронната търговия означава и все повече на брой онлайн магазини, голяма част от които не привличат особен поток от потребители просто защото не се появяват в първите страници с резултатите в онлайн търсачките. Така създаването на платформа, която да се фокусира върху конкретна ниша като занаятчийските продукти, става логично. Междувременно все по-широкото навлизане на мобилните устройства и свързаната с това промяна в потребителското поведение също играе роля – купувачите искат да откриват нещата, от които се нуждаят, по бърз и удобен за тях начин.

Платформата ще опрости и автоматизира целия процес на продажба от управлението на запасите, събирането на поръчки и изпъл-

нението до доставката, плащанията, счетоводството, отчитането и планирането. Системата може да се използва от отделни производители или групи производители, например онлайн или физически пазари на земеделски производители. В платформата за електронна търговия е интегриран софтуер за електронни разплащания, който позволява на производителите да имат достъп до всичките си данни за продажбите.

Планира се FairDeal да предлага и възможност за интеграция с платформи като Amazon, eBay и системата за плащания PayPal. „Нашата основна цел е да оптимизираме връзката доставчик – клиент, за да подкрепим както местните занаятчии в популяризирането на бизнеса им, така и крайните потребители, като има даваме достъп до подобна продукция“, коментира Христов.

В пилотното приложение на платформата ще се предлагат ръчно изработени сувенири, плетива, ръкоделия, както и продукти от местните дърворезбари и кожари, кулинарни и месни продукти от биволско месо. Вторият етап на проекта включва разнообразяване на предлаганите продукти, като се включат и такива от занаятчии от всички краища на страната.

Използването на подобна маркетплейс платформа може да означава и удобство за производителите без много опит в електронната търговия. Така например човек, който се занимава с традиционен занаят, едва ли има времето или уменията да се занимава със SEO оптимизация или купуване на Google Ads, за да достигне до повече клиенти.



Идеята е платформата да подпомага занаятчиите и земеделските производители с ограничени компютърни познания по въпросите за публикуване на онлайн оферти и управление на клиентски поръчки. Проектът включва и изграждането на структури за взаимопомощ, които да подпомагат занаятчиите и земеделските производители с ограничени компютърни познания по въпросите за публикуване на онлайн оферти и управление на клиентски поръчки. Постепенно местните организации и сдружения, с които е осъществен контакт, ще бъдат насърчавани да поемат ролята на промотъри, с което ще се гарантира устойчивостта на проекта в дългосрочен план. Екипът на FairDeal ще разчита на реклама в социалните мрежи, за да изгради позитивен облик на занаятите сред по-младите.

Макар и с по-бавни в сравнение с останалата част от Европа темпове, подобни платформи за онлайн търговия набират популярност и в България. Забавянето не е изненадващо, като се има предвид, че като цяло развитието на електронната търговия тук изостава спрямо средното за континента – по данни на Националния статистически институт (НСИ) и Евростат делът на българите, които през през 2018 г. са пазарували поне веднъж онлайн, е едва 20.8%. За сравнение, средно за ЕС числото е 60%, което прави представянето на българския пазар доста скромно, но пък и пълно с възможности. Основното предизвикателство, което статистиката очертава, е ниското интернет проникване – към края на 2018 г. една

трета от българите са били без достъп до интернет, докато средно за Европа процентът на свързаност е 87%. Главните причини, поради които хората с достъп до интернет не купуват онлайн, пък са желанието да пазаруват лично с непосредствен достъп до продуктите, лоялност към магазините или просто по навик.

Общината предвижда и провеждането на обучения за включилите се в проекта занаятчии, на които българските и румънските представители на малкия и средния бизнес ще бъдат запознати с възможностите на платформата. Самите обучения ще бъдат къси, стегнати, с малко теория и строго профилирани в сферата, за която са насочени. Основната им цел е да гарантират успешното включване в мрежата на всички желаещи. „Обучителните семинари ще бъдат провеждани и в малките населени места, където има хора с ограничени компютърни възможности – искаме участниците да добият нужната информация, за да работят с платформата. Освен това, ако възникнат аварийни ситуации, те ще могат да реагират адекватно, а така самите продажби ще бъдат по-малко възпрепятствани“, казва Христов.

Всяка година ще се организират и два земеделски и занаятчийски панаира – един във Велико Търново и един в Крайова. Базарът е насочен към производители на кулинарни и стопански продукти както от Велико Търново и региона, така и от всички български и румънски области по поречието на Дунав, част от трансграничния регион. Участието ще е безплатно.

**FairDeal съ-  
действия за  
подобряване на  
пазара на труда  
и на благо-  
състоянието  
на групите в  
неравнос-  
но положение  
в трансгра-  
ничния реги-  
он, както и за  
повишаване  
на доходите  
на местните  
общности.**





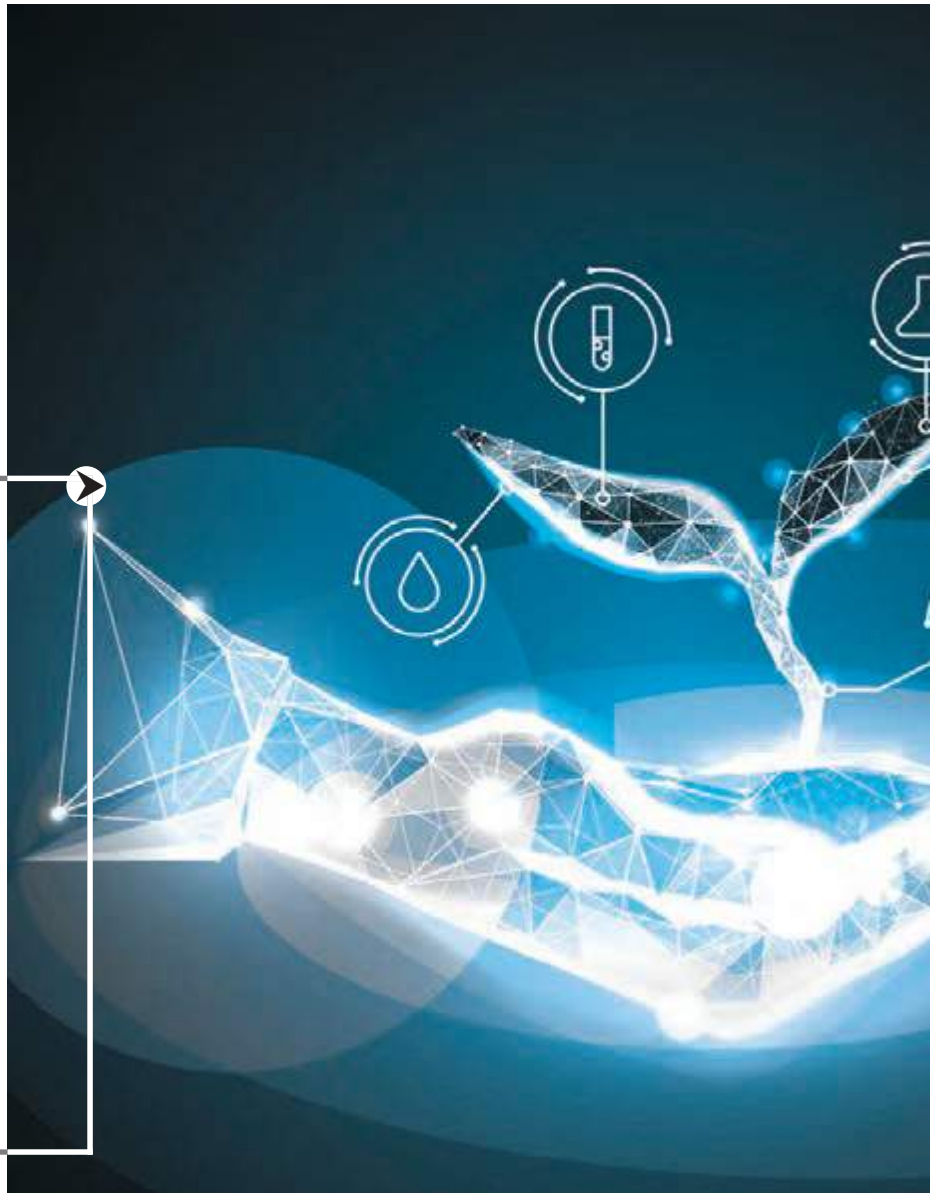
# Науката идва... в „Тракия“

## Проект: PlantaSYST

● **Цел:** Създаването на нов Център по растителна системна биология и биотехнология (ЦРСББ) в гр. Пловдив

● **Получено до момента финансиране:** 15 млн. лв. по програма Widening на „Хоризонт 20 20“

● **Европейско финансиране** - 15 млн. лв. (50% от планираната инвестиция, 50% планирано национално участие, отдаване на безплатен терен от страна на община Пловдив)



През 2020 г. в Пловдив ще се появи чист нов кампус по растителна биология и биотехнология за 30 млн. лв.



**К**огато преди 14 години доц. д-р Милен Георгиев от Института по микробиология към Българската академия на науките (БАН) заминава на първата си специализация в чужбина, апаратите в Германия му изглеждат като от космически кораб. Днес той, както и още няколко колеги от Центъра по растителна системна биология и биотехнология (ЦРСББ) са си поставили за цел следващото поколение български учени да не се чувстват така.

Ако всичко върви по план, до 2022 г. тази цел може да се изпълни на едно доста необичайно за това място - в пловдивския жилищен район „Тракия“. Там ще заработи цял нов кампус на биотехнологичния център, оборудван с модерна апаратура, с която да се провеждат както фундаментална, така и приложна наука на световно ниво. Очаква се 50 учени от България и чужбина да работят в най-съвременни условия както по проекти, насочени към бизнеса и индустрията, така и по такива, борещи се с предизвикателствата на една засушаваща се планета.

„Ние не искаме хората да бягат в Германия заради скъпия апарат и по-високата заплата, а да имат същите заплата и апарат тук и тогава да започне едно съревнование на идеи. Защото трябва да стане ясно, че дори един апарат да струва 2 млн. лв., той няма да произведе една стотинка сам, ако не бъде захранен с идеи, които да бъдат проверени“, разказва доц. Ге-

оргиев в офиса си. Току-що е излязъл от среща на борда на ЦРСББ. На нея се координира кандидатстването за съфинансиране на новия кампус от страна на Министерството на образованието и науката (МОН). Това ще е последната стъпка, която да осигури 15 млн. евро за строежа му. Проектът на ЦРСББ вече е успял да премине жестоката селекция на европейско ниво и се е преборил за финансиране от Европейската комисия сред 170 научни консорциума от целия ЕС.

### **Възкръсващи растения и др уги биомагии**

Центърът, ръководен от доц. д-р Цанко Гечев, ще има общо десет отдела, осем от които – изследователски. Те вече извършват изследвания в области като стресова молекулярна физиология, растителна метаболомика, синтетична биология и биоинформатика.

Един от обектите на изследователския интерес например е широкият спектър молекули с полезни за човека действия, които растенията синтезират. „Експертни оценки показват, че познаваме само един процент от потенциала на растенията за лечение на различни заболявания. В един от департаментите ни ще изследваме растенията освен като източник на белтъци, въглехидрати и мазнини, така и като източници на тази малка порция вторични метаболити, които биха могли да имат положително действие за човешкото здраве“, казва доц. Георгиев. Той дава пример с постдокторант, която търси молекули за







🕒 **Създаването на адекватна среда – както като визия, така и като заплащане и научна база – е водещата мисия на центъра**

🕒 🌱 **PlantaSIST, както се нарича проектът, е единственият български такъв в първия конкурс по инициативата „Тийминг“ на рамковата програма „Хоризонт 20 20“**

противодействие на затлъстяването. Освен това могат да бъдат изследвани подобни молекули, помагачи при лечението на онкологични болести и сърдечно-съдови състояния.

Но водещият интерес на учените от ЦРСББ е изучаването на свойствата на една рядка група растения, които се наричат „възкръсващи“.

„Те имат един такъв механизъм, който ние се надяваме да разкрием – да оцеляват в екстремни условия на околната среда“, разказва доц. Георгиев и уточнява, че не става дума за библиейско възкръсване. „Идеята е, че едно такова растение като Цветето на Орфей (*Haberlearhodopensis*), или Родопски силивряк, покафенява изцяло при липсата на влага. То изглежда като напълно загубено растение, докато не усети отново наличието на влага и тогава става отново зелено и започва да цъфти. За нас този механизъм е изключително интересен, защото, ако разберем как работи, можем да го прехвърлим в стопанско значими култури като домати и пипера“, разказва ученият.

В среда на влошаващи се климатични условия и засушаване, съпътствани от увеличаващо се население, адаптирането на значими стопански култури към новите по-тежки условия е ключово за предотвратяването на хранителни кризи. Но за да се стигне до създаването на по-устойчиви сортове домати, трябва да се извърви много дълъг път.

„Това, което знаем за механизма на възкръсване, е, че нищо не знаем. Той не е толкова елементарен, а и в науката нискорастящите плодове са вече обрани и човек трябва да се пресегне по-нагоре, ако иска да достигне до някакъв плод“, казва доц. Георгиев. По думите му с планираната за закупуване мощна апаратура в центъра ще могат да изследват механизма, по който тези растения регенерират след суша, ще опитат да го пренесат

чрез насочен мутагенез и селекция на устойчивите видове. Този метод е стандартен за култивиране на нови сортове и не включва генна модификация, която е забранена в ЕС.

## **Достойно заплащане и нов имидж**

И понеже в България познатите „възкръсващи“ растения като Родопския силивряк са малко, учените вече са се заели да изследват и сравняват механизмите на оцеляване на подобни растения от Африка, за което печелят още един проект по „Хоризонт 2020“, наречен RESIST. По този проект ЦРСББ привличат южноафрикански биоинформатик изследовател, когото избират сред 90 кандидати за позицията от България и целия свят. В института освен европейски учени има и двама американски сътрудници – прецедент, като се има предвид, че стандартната посока на движение на кадрите в биотехнологиите е от Европа към САЩ. И съвсем не към „Тракия“.

„Ние се опитваме да обърнем тенденцията наобратно, опитваме се и да задържим читавите хора в нашия център. Трудно е, защото нямаме традициите на западните институции, но се опитваме да поддържаме европейски нива на заплащане, сега ще създадем кампус, който да се съревновава с всеки западен такъв, а и Пловдив се разпознава като все по-привлекателно място за живеене и един от най-старите градове в Европа“, смята доц. Георгиев.

Създаването на адекватна среда – както като визия, така и като заплащане и научна база – е водещата мисия на центъра. Заради финансирането от ЕК ръководството на центъра може да си позволи да дава средноевропейски заплати, с което се премахва един от препъникамъните пред развитието на сериозна развойна дейност у нас. „При мен са идвали млади хора,



## Много често ни питат защо не избрахме София. Но нашата идея бе, че Пловдив е един аграрен център и има база от подходящи университети

доц. Милен Георгиев,  
Институт по микробиология към БАН

които са казвали „ама чакайте сега, тези пари, които ще взимам при вас като докторант, ще взимам двойно като продавачка в магазин“. Това е трагичното“, разказва доц. Георгиев. Според него в последните години по този въпрос има подобрение с разпределението на сериозни средства от страна на МОН по оперативната програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ за финансирането на три центъра за върхови постижения. Но това не е единствено и достатъчно условие да се привлекат качествени специалисти.

„Финансирането създаде един стрем, а сега е задача на гилдията да привлекат младите умове. Преди години бе значително по-лесно, защото се работеше в затворена система, където има определен брой докторанти, които могат да бъдат преувеличени. Но сега една трета, ако не и повече, отиват да учат на Запад и ние губим тези хора, а колегата в Мюнхен или Лондон например може да си избере от тях“, казва доц. Георгиев. „Тази тенденция си зависи от научната гилдия. Наша е задачата да обясним на младите хора какъв е смисълът от това да се занимават с наука“, обобщава той.

### Дългият път до средата

Учените от ЦРСББ изминават дълъг път в последните близо пет години. Започва се с рядко срещаното у нас единомислие на учени от трите български партньорски организации, които създават изцяло нова структура – центърът – която има свой управленски борд, ръководен от доц. Гечев. Това прави взимането на решения много по-лесно, отколкото ако те трябваше да бъдат правени със съгласието на отделните бордове на петте института. Следва изготвянето на комплексен бизнес план, който



преминава успешно през двата селекционни кръга на кандидатстване и печели 15 млн. евро от ЕК.

Междувременно екипът успява да реновира сграда в Института по зеленчукови култури в покрайнините на Пловдив, където се помещава в момента, и заработва активно по редица проекти с европейско и частно финансиране. „Много често ни питат защо не избрахме София. Знаете, там е концентрирана по-голяма част от научния и експертния потенциал. Но нашата идея бе, че Пловдив е един аграрен център и има база от подходящи университети“, казва доц. Георгиев и добавя, че както университетите, така и местната администрация посрещат много добре идеята за създаването на центъра на територията на града.

В края на 2018 г. Общинският съвет дори отдава безвъзмездно и с пълно съгласие 24 декара в квартал „Тракия“, за да бъде изграден новият кампус на по-комуникативно и удобно за учените място.



## Как ще изглежда и как ще работи

Самият кампус, за който ще се изразходват около 2/3 от получените средства, ще има модерен, дори футуристичен дизайн и ще притежава административна сграда, конферентна зала с 300 места, крило за обучение, където ще се тренират следващото поколение растителни биотехнологи, както и научно-изследователски комплекс, където ще се помещават лабораториите с изследователската апаратура. „Някои от апаратите, които смятаме да закупим, нямат еквивалент в България и струват около 2 млн. лв.“, разказва доц. Георгиев и добавя: „Освен това сме предвидили две големи оранжерии, за да можем да провеждаме експериментите не само в инвитро условия, но и в реални.“

И докато европейското финансиране и националното съфинансиране ще са достатъчни за изграждането на кампуса и осигуряването на работата на центъра в рамките на следващите две

и половина години, учените не разчитат само на него. Затова в одобрения от ЕК бизнес план те залагат друг стълб на финансиране – със собствени средства. Планирано е в рамките на десет години той да доведе до постъпления от 20 млн. евро от собствена научна дейност, било то чрез кандидатстването за нови научни проекти или през колаборацията с бизнеса и трансфер на технологии. По проект апаратурата в 20% от времето може да бъде натоварвана със сервизни анализи.

„Ние си изградихме една сравнително иновативна за българската среда стратегия и вместо да чакаме бизнесът да дойде при нас и да ни даде една торба с пари, отиваме директно при биотехнологичните компании, фармацевтичния сектор, зеленчукопроизводството, представяме им върху какво работим, каква апаратура бихме купили в следващите шест месеца и какво планираме да правим с нея, като така намираме пресечните точки на интересите ни“, разказва доц. Георгиев. Центърът вече има договори с над десет компании, включително големите биотехнологични и фармацевтични компании в страната, както и с ирландска фирма и работи по конкретни проекти с някои от тях. „За щастие се оказа, че мантрата как бизнесът няма интерес от съвместна работа с научните среди или не инвестира в нови продукти е погрешна.“

Идеята на ЦРСББ е откритията на учените да не бъдат просто публикувани, а да се патентоват и при интерес да се продават на частни компании. А защо не и да се създават самостоятелни стартъпи, които да развият идеи, които големи компании не могат да направят сами. „В биотехнологиите има стъпка, при която нещо е доказано на лабораторно ниво, но между него и индустриализацията на продукт има едно мащабиране, от което биотехнологичните компании не се интересуват. Нашата идея е, ако нещо има потенциал, да го развиваме през тези компании и тогава да го предлагаме като иновативен продукт или технология“, казва доц. Георгиев.



# Да отвориш фабрика на **10 септември**

**Проект :**  
**„Таргетирано  
развитие и  
акт уализация  
на клъстерни  
информационни  
активи“**

● **Финансиране:** Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014 - 20 20

● **Приоритетна ос 2** „Предприемачество и капацитет за растеж на МСП“ по процедура „Развитие на клъстери в България“

● **Стойност** :1754167 лв. (60% европейско финансиране)

● **Начална дата на проекта:** 29.11.2017 г.

● **Продължителност** :14 месеца



Първият обучителен център за индустриални кадри в Пловдив се надява да предизвика революция

**К**ато няма, направи си. Това е мотото, което Пламен Панчев е следвал цял живот. След като стои в основата на създаването на прословутата вече „Тракия икономическа зона“ (ТИЗ), сега Панчев иска да се пребори със следващото предизвикателство - липсата на кадри за компаниите в тази зона. Затова заедно с колегите си от зоната и новото ѝ име „Тракия тех“ отварят о .

Той започна работа на 10 септември 2019 г. и събира около 200 обучаващи се души в общо 11 зали - една за тренировъчно обучение и десет за теоретично, а целта е в него да се квалифицират, преквалифицират и обучават кадри от цялата страна.

Панчев слага концептуалните основи на проекта още през 2017 г. Тогава сдружението кандидатства по оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност 2014 - 2020“, приоритетна ос 2 „Предприемачество и капацитет за растеж на МСП“ по процедура „Развитие на клъстери в България“. Тя се осъществява с финансовата подкрепа на Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Общата стойност на проекта е 1.754 млн. лв., като безвъзмездната финансова помощ е в размера на 1.243 млн. лв., а съфинансирането от страна на ТИЗ е 40% от сумата - 510 хил. лв. Основната цел на проекта е “да се повишат конкурентоспособността, бизнес развитието и експертният потенциал на сдружение

„Клъстер Тракия икономическа зона“. Накратко: да се събудят още нови възможности, тъй като Пловдив ври и кипи и започва да отеснява. Затова е нужно да се създават нови възможности за създаване на кадри и развитие на нови сфери в зоната. Средствата са използвани за подготовка на инфраструктурата на сградата, както и за техниката, която е избрана със съдействието на индустриалните гиганти в региона.

### **Домът на индустриалните работи**

Центърът за професионално обучение “Тракия” всъщност е първият такъв в страната, който ще обслужва бизнеса в индустриална зона на Пловдив. По предварителни разчети обучаваните всяка година ще са над 600, като амбицията е те да се увеличават с времето.

Центърът се състои от 10 зали за теоретично обучение, един тренировъчен център за изграждане на фундаментални знания и компетентности в различни, основни за индустриалното производство, области и специални умения в работата, обслужването и проектирането на мехатронни системи със средна и висока степен на автоматизация. Това включва SCADA системи за автоматизация, локално и отдалечено управление на индустриални процеси и ОВиК, сградна автоматизация, енергийна ефективност в пневматичните системи, създаване

**Обучителният център се намира в специална за целта сграда в основната индустриална зона “Раковски”, където оперират около 15 големи компании.**







с една машина, която ще използват в реални бъдещи условия.

Предвижда се и друг филиал на центъра с по-леко оборудване, което ще бъде разположено в самия град. В момента се работи и по създаването на клон в индустриална зона “Куклен“ заради новите производствени предприятия.

### Очи в очи с машината

За да е по-ефективно, обучаващите ще бъдат разделени в по-малки групи, за да може на всеки от служителите да се обърне максимално внимание. Те ще имат възможност да се запознаят с техниката, която ги интересува, “от първо лице”, а това е един от най-устойчивите методи при такъв тип вътрешни обучения.

Ръководителите на проекта са се договорили с лектори от различни университети, както и с участници в индустриалното производство и преподаватели в професионални гимназии, които да обясняват материята. Образованието ще бъде теоретично и практично - като според Иванов “едното е неразделна част от другото”. “Първо трябва да преценим на какво ще ги обучаваме и после да им дадем възможност да разберат как работи, за да се научат как да реагират”, обяснява той.

Проектният екип се състои от петима души, като има още и административен персонал, както и четирима преподаватели по съответните дисциплини, които ще се преподават - това са пневматика и електропневматика, електрозадвижване, роботика и индустриални контролери, вакуумни системи, основни системи на автоматизиране, дизайн на пневматични и електропневматични системи, хидравлика и електрохидравлика и др.



**Центърът за индустриални кадри ще работи най-вече с чуждестранни компании.**

## Идея е разширяването на проекта към професионалните гимназии в района (което са общо 7).

Техническата база на центъра е доста богата - в него ще има отдели, които симулират самото производство, системи с пневматични, хидравлични и автоматични задвижвания, центрове с електрически двигатели, които се използват за по-прецизни индустриални работи в реална производствена среда. В допълнение центърът ще разполага и с комбинация от техника, която различни фирми произвеждат - например робот от АВВ ще се задвижва с части на НМС.

Самите обучения ще бъдат къси, стегнати, с по-малко теория и строго профилирани в сферата, за която са насочени. “Едно базово обучение по хидравлика например се извършва в рамките на две седмици, за да могат обучаващите се да добият нужната информация и да работят с машините. Освен това, ако възникнат аварийни ситуации, те ще могат да реагират адекватно, а така самият модел на производство по-малко ще се възпрепятства”, казва Иванов.

### Всички големи са тук

Обучителният център ще работи най-вече с чуждестранни компании, като засега всички индустриални гиганти в ТИЗ и всички по-големи индустриални предприятия в България са проявили силен интерес към провеждането на обучения в него. Проектът в същността си е отворен и това позволява на всяко предприятие в зоната да участва пряко в специфицирането и предоставянето на техническото оборудване, с което иска да работят обучаващите се. “Нямаме точна програма, по която да работим, предпочитаме да отговаряме на специфичните искания на всяка отделна компания и да ѝ

предоставяме това, от което има нужда”, обяснява Иванов. Той уточнява, че средствата за обучение са за сметка на компаниите, които вдигат по този начин знанията и работната квалификация на персонала си, инвестирайки в него.

Заради развитието на индустрията, много хора от различни краища на България идват в Пловдив, но на практика не са готови да влязат в едно производствено предприятие. Точно това е големият проблем, който екипът се надява да разреши.

На въпроса от какви кадри има най-голяма нужда Иванов отговаря, че това са операторите на машини в индустриалното производство. Тези, които желаят, могат да бъдат обучени допълнително, като целта е да се създадат и автономни работни групи, които могат да бъдат поддържащ персонал в едно предприятие и да реагират бързо и на място.

### Гимназиите също

Екипът на обучителния център отправя и по-машабен поглед в бъдещето. Една амбициозна идея е разширяването на проекта към професионалните гимназии в района (които са общо 7). Той ще бъде отворен за посещения от страна на учениците още от септември, но после може да се използва за място, където да се изнасят отворени уроци - някои от гимназиите вече са отправяли запитвания дали може да използват центъра като част от дуалните си обучения.

Заместник-кметът на Пловдив - Стефан Стоянов, който е допринесъл до голяма степен за изграждането на идеологията на центъра, също ще съдейства в тази насока. Целта му е да предизвика интерес в ръковод-

**Нуждата от подобен център се изразява най-вече в това, че индустрията в България се развива госта бързо, а предприятията узостават, сблъсквайки се с текучество и липса на квалифициран персонал.**

ствата на самите гимназии. Проблемът е, че голяма част от учителите се плащат от новите технологии и обучителни програми. Мнението на Иванов обаче е, че такива са нужни, за да има приемственост - някой трябва да научи първо тях, за да могат после да преподават в училище или в университета. Това всъщност е една от програмите на обучителния център. Да се учат учителите.

Друга цел на екипа е да оборудва в самите учебни заведения няколко специализирани лаборатории, за да може да се вдигне нивото на средното образование.

Някои от компаниите вече си партнират с гимназиите и провеждат обучения, затова и подобна инициатива би им била от голяма полза.

“Преговаряме с всички седем професионални гимназии - по електротехника, механотехника, машиностроене, дървообработка, хранително-вкусова промишленост и битова техника, но идеята да се интегрират зависи и от тях. За тях има два проблема - липса на ученици и липса на съвременно оборудване. А тук стигаме до въпроса за финансиране”, разказва Иванов.

Екипът на обучителния център иска да помогне и на докторантите в университетите, които страдат от липсата на добро заплащане и се налага да живеят само с минимална стипендия.

Една благоприятна възможност за тях би било например преподаването в професионалните гимназии и впоследствие в обучителния център.

Засега в него ще преподават лектори от двата технически университета в Пловдив - филиалът на Техническият университет и Университетът по хранителни технологии.

## **За един интегриран проект**

В България има създадени над 2200 обучителни центъра, които са разчитали на различни програми за европейско и държавно финансиране, разказва Иванов. “Това което правим ние е да започнем от нуждата на самите предприятия, с част от тях сме избирили техниката, като имаме публично-частно финансиране. Идеята ни обаче е да развием нещата така, че нивото на образованието да се вдигне.

Ние не можем да се наречем образователен център, по-скоро сме център за обучение. Но ще искаме да се включим максимално и за подобряване на образованието. Особено в средното, защото там е големият проблем в цяла България”, разказва той. Тъй като екипът държи да изгълни амбициозния си план да завърши целия интегриран проект за общо пет години, вече обмисля варианта да кандидатства и по други европейски програми, за да реши финансовите предизвикателства.

Засега е в добри партньорски отношения с министерствата на финансите и отбраната. “Те са готови да ни помогнат, но все още не знаем дали тази помощ ще се изрази в парични средства, или ще е на методическо ниво. Важно е желанието за съдействие”, обяснява ръководителят.

Въпреки краткия срок от пет години ръководителите на проекта се надяват да постигнат всички цели и дори да започнат да се занимават и с изследователска дейност. И Пловдив също е само началото. Идеята е този център да се „клонира“ и на други места.



# Човекът на покрива

## Изпълнени проекти:

**ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007 - 2013**

### Проект:

**Инвестиц ии за подобряване на енергийната ефективност**

- **Обща стойност:** 412 720 лева
- **Начало 23.10.2013 г.;** продължителност 7 месеца
- ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“

### Проект:

**Технологична модернизация за конкурентно производство**

- **Стойност на проекта :** 859 641 лева
- **Начало 05.07.2012 г.,** продължителност 12 месеца.
- ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 - 2013“

### Проект:

**Подобряване на конкурентните предимства и пазарните по зиции**

- **Стойност на проекта :** 3 131 328 лева
- **Начало 17.07.2009 г.,** продължителност 7 месеца



Смелост. Това е ключовата дума за Стефан Шоселов. „Без риск няма успех. Нещата обаче стават с умерен риск. Преценяваш възможностите, пазарите и тръгваш смело напред“, казва той.

## Ш

Шоселов е важно име в старозагорския бизнес. Той регистрира първата частна фирма в града през 1989 г. След като пробива в Германия, днес неговата „Новотехпром“ работи предимно за българския пазар, за който са предназначени 70% от произведената продукция. Покривните конструкции и стенни профили на старозагорската компания покриват 85% от нуждите на строителството на търговски и индустриални обекти в България. С тях са изградени по-голямата част от търговските хипермаркети, индустриалните, логистичните и спортните бази, както и много селскостопански обекти в страната.

Стефан Шоселов оглавява бизнес организации и участва в обществен живот на Стара Загора. Председател е на КРИБ, начело е на борда на директорите на Индустриална зона „Загоре“, зам.-председател на Конфедерацията на работодателите „Тракия“ в Южна България, активен член на Клуба на работодателите. Казва, че намира време за всичко това, защото вярва, че България има добър потенциал, който трябва да се развие през следващите години.

### История

Пазарният глад е това, което движи разрастването на бизнеса на Шоселов. Той стартира преди 30 години като вносител на индустриална и климатична техника. „Постепенно

обаче нашите клиенти поискаха да внасяме и термоизолационни панели, защото една хладилна камера се състои от хладилни агрегати и термоизолационни панели. По този начин станах представител на ThyssenKrupp и започнах да внасям от тях термоизолационни панели, тъй като на територията на Балканите все още нямаше такива производители“, казва той.

Следващият глад е за окантвачи профили, с които се закопчават панелите на хладилното съоръжение. Така постепенно предприемачът започва да внася метал и оборудва самостоятелно производство.

Един от ключовите моменти в кариерата му е решението да инвестира в Германия. Това се случва по времето на управлението на Жан Виденов. „Икономическата ситуация тук беше ужасна“, обяснява Шоселов. Инвестицията му е в бивш автосервиз близо до Динслакен, който той превръща в логистичен склад - общо около 250 хил. германски марки. Това обаче му дава достъп до германски контакти и връзка с местния бизнес, което се оказва безценно в бъдеще. „Ако си коректен и веднъж влезеш в тази верига на германския бизнес, нещата стават много по-лесни“, казва той.

Така десет години по-късно, когато ThyssenKrupp затварят завода си в Динслакен, му предлагат съвместна инвестиция в България. Шоселов отказва, защото обемът, който търси световният концерн (1.2 млн. кв.м годишно), е непосилен за местния



📍 Фирмата оцелява и оборотът на „Новотехпром“ за 2018 г. е 40 млн. лева, като бележи ръст от 6-7%







☞ **Стефан Шоселов е собственик на „Новотехпром“ и предпочита да инвестира в Стара Загора вместо в Германия**

пазар според него. Вместо това той изкупува част от линиите на затворения завод и ги изнася в България.

Центърът в Германия затваря врати преди около година, когато бизнесменът решава да се съсредоточи изцяло върху работата в България. „Цялата ми печалба е реинвестирана тук“, обяснява той решението си. Днес „Новотехпром“ разполага с логистичен център в Австрия, който подпомага търговската дейност на компанията. За работата там се грижи дъщерята на предприемача Антония. Синът му Радослав пък е икономически директор на компанията в България и пръв помощник в бизнеса. Държи и 10% в компанията, като естествено основният пакет от 90% е на бащата.

### **Рискът и у спехът**

Днес, когато се връща назад, за да проследи пътя си, Шоселов казва, че определено смелостта е това, което му е помогнало. Другото важно условие според него е да не се отчайваш от неуспехите, а успехите да те мобилизират за повече работа.

Имал е много трудни моменти в бизнеса си. Така например по време на икономическата криза през 2008 г. губи 2.5 млн. евро. „Цената на металите падна рязко, започнах да продавам под 150 евро на тон от покупната цена. Това, че предприех смело тази стъпка и продадох голяма част от стоката си, намалих загубите наполовина, иначе те щяха да стигнат до 5 млн. евро, казва Шоселов. Точно по това време фалират и много големи строителни фирми в България.

Фирмата оцелява и оборотът на „Новотехпром“ за 2018 г. е 40 млн. лева, като бележи ръст от 6-7%.

В публикувания консолидиран отчет за 2017 г. се виждат приходи от дейността от 37 млн. лв., което е

с над 9 млн. лв. повече от постигнатото предходната година. Печалбата също е възходяща - от 3 на 4 млн. лв. за 2017 г.

### **Сив сектор - ниски заплати**

На срещата с бизнеса на „Капитал“ миналата година инвеститорът обясни, че единственият начин хората да се върнат в градове като Стара Загора е вдигането на заплатите на приемливо равнище. От бизнеса гледна точка това го притеснява, защото непрекъснатият ръст вдига разходите му. От друга, той има отговор на въпроса. „В момента калкулираме за нацепването на тон метал 30 лв., а за разкрояване на листове - 20 лв. Същите неща в Германия ще бъдат съответно около 90 и 60 евро. Има как да вдигнем стойността на услугата на нашата продукция веднага.“ Това ще резултира според него в моментално вдигане и на заплатите на работниците му. Проблемът обаче, казва той, е сивият сектор. Шоселов дава пример с редица малки производства, които работят на сиво или дори на черно и свалят цените непрекъснато, защото си спестяват дължими суми. Това е нелоялна конкуренция и тя сваля цените, казва той. Ако държавата реши този проблем, неговият бизнес ще вдигне стойността на някои услуги, което ще бъде последвано от увеличение и на заплатите.

### **Производство**

„Новотехпром“ разполага с пет производствени бази. Три от тях се намират в местността Голеш край Стара Загора и имат обща производствена и складова площ от 50 дка. През последните години компанията активно използва европейските субсидии, за да модернизира изцяло производството си, да автоматизира и роботизира част от производствените процеси. Фирмата използва успешно възможностите на

европейските проекти. „Конкуренцията в Европа е много голяма и ако не се използват европейски програми, времето за възвръщане на инвестицията става прекалено дълго“, казва Шоселов.

С машините, които е закупила фирмата му през 2018 г. и началото на 2019 г., е успял да увеличи с 30% производителността на труда и да намали с 40% разходите за електроенергия при производството на т.нар. окантвачи профили. Всеки месец „Новотехпром“ внася около 3000 тона метал, за да изпълни поръчките на своите клиенти. Работи с доставчици от Италия, Австрия, Австралия и Южна Корея. Прави богата гама от трапецовидни и вълнообразни метални профили. Така клиентът има възможност да получи всичко необходимо от една ръка.

Стефан Шоселов се гордее, че притежава най-модерното оборудване за това производство в Европа. На една производствена линия в „Новотехпром“ работят само двама души, а излизат по 1 тон готови профили на минута. В предприятието работят 100 души. Плановите на Шоселов са и през 2019 г. да използва възможностите на програма „Конкуренентоспособност“, като закупи нова линия за производство на покривни елементи – метални керемиди. Общата инвестиция в този проект ще бъде в размер на около 900 хил. лв.

### Опит по проекти с европейско финансиране

Компанията има до момента четири успешни проекта по европейските програми, като повечето от тях са минали петгодишния период на мониторинг от управляващия орган. Първият проект на „Новотехпром“ е от 2013г по ОП „Развитие и конкурентоспособност на българската икономика“ и е на стойност 515 584 лв. Той дава възмож-

ност на старозагорското предприятие да закупи и внедри в производството си профилираща линия за производство на студено огънати профили с височина от 18 до 50 мм, както и линия за производство на гама-профили. Следващият проект е по същата програма и е насочен към подобряване на конкурентните предимства и пазарните позиции на „Новотехпром“. Инвестирани са в производството 999 147 лв., като основният актив е линия за дълбоки трапецовидни профили. Следва проект по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“. Инвестиции за подобряване на енергийната ефективност“. Благодарение на този проект „Новотехпром“ закупува линия за студено огънати трапецовидни профили, устройство за пакетиране на листов материал, както и товарна инсталация за битова гореща вода. Инвестираните по проекта средства са в размер на 515 000 лева. Опирайки се на добрия опит, придобит по европейските проекти, „Новотехпром“ днес разработва проект за подобряване на енергийната си ефективност по ОП „Иновации и конкурентоспособност 2014 - 2020 година“. Той е на стойност 557 000 лева и дава възможност на предприятието да закупи огъваща машина, абкант преса, въздушен гейтов компресор и автоматизирана система за мониторинг на енергопотреблението.

### Ефектът от европейските пари

След внедряването на модерните линии за производство, закупени с помощта на европейските средства, „Новотехпром“ успява да се нареди сред най-добрите производители на студено огънати метални профили на покриви и стени в Европа. „Благодарение на реализираните инвестиции по европейските проекти спрях-







**⊕ През 2019 г. предстои нова инвестиция в производството на метални керемиди**

ме 100% вноса на подобни профили от Западна Европа. Преди тези профили се внасяха в страната предимно от Германия“, казва предприемачът. Според него ефектът от европейските програми за България е особено важен в периода 2008-2009 г. - времето на икономическата криза. Тогава те са основен източник за инвестиции в икономиката и дават възможност за създаване на нови работни места. Благодарение на средствата, които българският бизнес получи по европейските програми, увеличихме и износа на страната ни, казва Стефан Шоселов. „През 2018 г. се отчита повишение на износа с близо половин процент, като очакваме в продължителен план още по-голям ръст като резултат от по-високата производителност на труда и ефективността на производствения процес в България“, допълва Шоселов. Според него, ако българският бизнес успее да уве-

личи производителността на труда чрез ефективност в производството, това ще даде добра възможност за значително увеличение на заплатите. Така голяма част от хората, отишли да работят в чужбина, ще се завърнат в страната си.

Препоръката на собственика на „Новотехпром“ е фирмите, които са реализирали успешно европейски проекти и продължават да разширяват производствения си капацитет в направлението, в което работят, да имат възможност да набират повече точки при кандидатстване по европейските програми. „Има и фирми, които закупуват машини със средства по европейски проекти, държат ги по складовете и след преминаването на периода на мониторинг от страна на управляващия орган ги продават“, казва Шоселов. Според него тази практика трябва да бъде ликвидирана, за да могат работещите фирми да получат още по-добри възможности.

### Клиентите

С конструкции на старозагорската фирма са изградени около 80% от магазините „Кауфланд“, всички магазини „Джъмбо“, големите логистични бази на „Лидл“, столичната зала „Арена Армеец“, халетата на бившия автомобилен завод в Ловеч. Почти няма голям обект в България, в който да не присъстваме с нашите покривни и стенни профили, казва с гордост Шоселов. Извън България „Новотехпром“ продава в Румъния, Македония, Косово, Гърция, Турция.

От тази година фирмата ще започне производството и на метални керемиди, които навлизат все повече в строителството на еднофамилни и жилищни кооперации и в България. Сега българските строители разчитат на вносни метални керемиди предимно от Румъния.







По проект,  
финансиран от  
Европейския съюз

Публикациите от разяват единствено мнението  
на авторите и Европейската комисия не отговаря за  
съдържанието на информацията

**economedia**  
София 1000,  
ул. „Иван Вазов“ 20



