

Изгряващи български мултинационални компании



Европейски и национални политики ■

Европейски технологични платформи ■

Национални изследователски инфраструктури ■

Успешни проектни практики ■

Съвместна иновационна дейност ■



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

НАУКА & БИЗНЕС

Национален бюлетин

2013

Проектът „Наука и бизнес“ се осъществява от Министерството на образованието, младежта и науката с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“. Той е насочен към създаване на ефективни инструменти и изграждане на благоприятна среда за активно взаимодействие между представителите на научните среди и бизнеса.

Съществуващата национална стратегическа рамка за развитие на науката и иновациите предвижда насърчаване на взаимодействието в рамките на т.нар. триъгълник на знанието „наука – образование – иновации“ и стимулира изследователските звена, университетите и бизнеса да работят заедно при създаването и трансфера на ново знание, технологии и иновации. Изпълнението на целите на **Националната стратегия за развитие на научните изследвания 2020** ще позволи създаването на устойчиви взаимоотношения между образованието, науката и бизнеса като основа на развитието на икономиката на знанието и ще допринесе за подобряване на сравнителните позиции на България по показателите за устойчив и качествен растеж.

Издание на

Министерството на образованието, младежта и науката

www.mon.bg

Дизайн и печат

Фондация „Приложни изследвания и комуникации“

www.arcfund.net

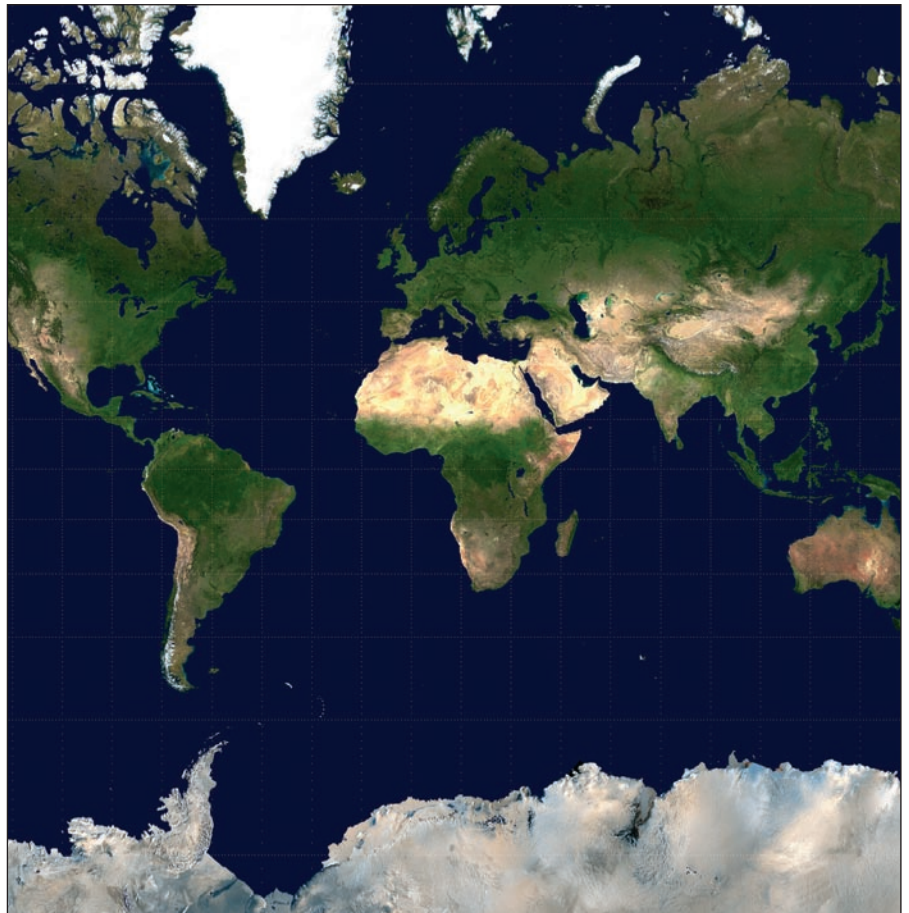
Проект

„Наука и бизнес“

<http://s2b.mon.bg>

© **МОМН, 2013**

Изразените мнения в настоящата публикация ангажират единствено техните автори и не изразяват позицията на Министерството на образованието, младежта и науката на Република България.



СЪДЪРЖАНИЕ НА БРОЯ

Сложната мрежа от връзки между науката и бизнеса.....	4
На фокус: българските инвестиции в чужбина – ранни сигнали за нововъзникващи български мултинационални компании	5
Наградени фирми в Националния конкурс за иновативно предприятие на годината 2012.....	9
Датекс: академично предприемачество, създадо мултинационална компания	10
Софарма: трънливият път от кооперативна лаборатория до мултинационална компания (1933 – 2013 г.).....	14
Хаос Груп: да превърнеш алгоритмите в изкуство	16
Уолтопия: перфектната приказка	18
Стратегии за интелигентна специализация – по-добро управление на иновационните политики. Инициативата KNOW-HUB.....	20
Развитие на системата за иновации към БАН.....	21
Предстоящо	24



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001

„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд



ДРАГИ ЧИТАТЕЛИ!

Днес повече от всякога научните изследвания и иновациите следва да работят заедно за решаване на ключовите предизвикателства пред обществото в области като здравеопазване, демографски промени, устойчиво селско стопанство и биоикономика, чиста и ефективна енергия, интелигентен зелен интегриран транспорт, екология и климат, ефективност на ресурсите и суровините. За нас е важно да планираме на равнопоставена основа, съвместно с останалите страни – членки на Европейския съюз, бъдещите мерки за постигане на максимална ефективност на програмите и инициативите за подкрепа на научните изследвания и иновациите в Европа. България трябва да отстоява интересите на българската академична общност и бизнеса в страната, да впише своите приоритети и да даде собствен принос за изграждането на Европейското научноизследователско пространство и общия европейски дом.

Настоящият бюлетин има амбициозната задача да отразява и популяризира взаимодействието между представителите на науката и бизнеса, да информира за актуални събития в ключовите сектори на Националната стратегия за развитие на научните изследвания 2020 и програмните инициативи за финансиране на съвместни изследователски и иновационни проекти.

Чрез проекта „Наука и бизнес“ Министерството на образованието, младежта и науката цели да подкрепи взаимодействието в рамките на т.нар. „триъгълник на знанието“ чрез създаването на среда за бъдещи партньорства и популяризиране на постигнатите резултати.

Безспорно е, че ключът към успешен бизнес модел и стабилен икономически растеж лежи в подобряването на качеството на образованието, в замяната на сухата теория с един по-прагматичен подход. Необходимо е знанието да се превърне в можење, в инструмент за вземане на решения. Вярвам, че от координираните усилия на всички нас зависи самочувствието ни на българи. Искам да благодаря на нашите учени за всеотдайността им и активната изследователска дейност в условията на икономическа криза и глобализираща се и динамична международна конкуренция. Искам да ви уверя, че ще продължим да работим усилено за създаването на необходимата благоприятна среда за развитие на научните изследвания и превръщането на научните резултати в икономически предимства.

Пожелавам на всички читатели успех в бъдещите инициативи, упоритост да се борят за своето място на българските и европейските пазари и кураж да надскочат себе си и да станат водещи фигури в попрището, което са си избрали!

ПРОФ. НИКОЛАЙ МИЛОШЕВ,

Министър на образованието, младежта и науката



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

СЛОЖНАТА МРЕЖА ОТ ВРЪЗКИ МЕЖДУ НАУКАТА И БИЗНЕСА

Връзката „наука – бизнес“ се регулира по различен начин в отделните страни, поради което тя може и трябва да се измерва и изследва по различен начин. В много страни като Германия, Великобритания и САЩ съществуват много строги регулации и практика, която налага строги ограничения върху самостоятелната предприемаческа изява и извършването на научноприложни изследвания в полза на частния бизнес – на първо място, тя не бива да пречи на преподаването и изследванията, включително и като брой часове или дни, на второ, не бива да бъде в конфликт на интереси с университетската работа, включително финансираните изследвания, на трето, налагат се ограничения, при които над определен годишен доход за всеки договор се разкрива определена информация като сума и очаквана заетост. Всички тези ограничения, високата степен на приложимост на законодателството и вътрешната саморегулация довеждат до това, че и професорите, и университетите, и фирмите предпочитат институционализирането на връзката „наука – бизнес“ през официални договори. За разлика от тези страни в България поради различни причини – ниски заплати, лошо управление и недоверие в управленските органи вътре в академичните институции, неработеща саморегулация в повечето случаи за всички в системата, е по-добре връзката „наука – бизнес“ да не бъде официализирана и да бъде лична. Разбира се, това довежда до множество конфликти на интереси, но има и положителни страни, тъй като личното доверие е много по-високо, отколкото институционалното, участието на преподавателите в бизнеса им помага да си вършат по-добре работата, да осигуряват стажове и заетост на студентите, да имат доход, който да им позволи да останат в системата на науката и образованието, а дори и да финансират преподавателската или научнопубликационната дейност.

Могат да се отделят няколко устойчиви типа връзка „наука – бизнес“ в България, които имат пряко отношение към конкурентоспособността на страната и нейния експортен потенциал.

На първо място, трябва да се обособи групата на академичните предприемачи. Сред тях има хора, които са били в БАН и са я напуснали, за да останат само в частния сектор, както и такива, които са оста-

нали и продължават да преподават. Сред първите могат да бъдат споменати Иван Лесев и Мирослав Хинков (Мехатроника и Техническият университет – Габрово), Огнян Траянов (ТехноЛогика), Мирослав Илиев (Рила Солюшънс и БАН), Николай Теодосиев (Теоком и Софийският университет), Венцислав Славков (Спесима и БАН), Николай Илиев и Пенчо Илиев (Датекс и БАН), а сред вторите – Христо Василев (Денима и Техническият университет – София), Лъчезар Аврамов (Оптела и БАН), Стефан Петранов (сериен предприемач и Софийският университет) и много други. Като цяло фирмите на академичните предприемачи се отличават с висока ефективност, експортна насоченост, иновативни са и имат растеж. Много млади асистенти се ориентират към създаването на нови фирми и продукти, насочени към глобалния пазар, макар че все още няма „звезди“ в тази сфера. Международната свързаност на младите изследователи и преподаватели (особено на тези, които са завършили в чужбина) и работата по европейски проекти създават възможност за бърза международна реализация на предприемаческите им инициативи.

Собственици на втората група фирми са и топмениджъри – хора извън академичния свят, които обаче до голяма степен разчитат на университетите за привличане на таланти, а на длъжности от средния управленски ешелон работят качествени служители от Академията, включително докторанти, които едновременно набират персонал и го обучават в университетите по начин, подходящ за бизнеса им. Пример за това са най-вече ИКТ компаниите (Сирма, Мусала, Интерконсулт, Телерик), регулираните професии (юридически кантори, медицински клиници, архитектурни бюра), неправителствените организации, както и големи и средни фирми с чуждестранни инвеститори (SAP Labs, AMK – Габрово, почти всички банки и застрахователни дружества и др.). Когато в тези компании се извършва активна научноизследователска дейност, тя рядко ползва други ресурси на Академията освен интелектуалния капитал на работещите в нея. Лабораториите, оборудването и финансирането са изцяло частни, а публикуваните научни резултати са с частна афилиация или ако са с университетска, е по-скоро страничен положителен ефект за университетите.

Трета група фирми аутсорсват определени научни изследвания предимно към лаборатории в БАН и използват ресурсите за инженерингова дейност. Типичен пример за такава практика е Институтът по металознание „Ангел Балевски“. Обикновено той се дава и като пример за създател на академични спин-оф фирми.

От гледна точка на потенциала за нарастване на вътрешното търсене на НИРД и за осъществяването му в партньорство с Академията най-голямо значение имат фирмите с голям експорт или с голям експортен потенциал, които разработват собствени иновации (продуктови и процесни). Поради малкия вътрешен пазар в България, дори да има успешни примери за академично предприемачество, насочено само към българския пазар, те не са достатъчни, за да захранят и финансират специфична НИРД. На практика преки чуждестранни инвестиции в България с основна мотивация близост до научния потенциал (било защото е по-евтино да купят директно съответния учен или група учени) и разрастване, основано на НИРД, произведена в БАН, липсват. Ето защо единственият път за растеж минава през бързия експорт. От своя страна експортните предприятия, които продават на множество клиенти на различни пазари, много често нямат друг начин за разширяване или дори за запазване на позициите си без преки инвестиции поне в ключови пазари. Изследвания на изходящите преки инвестиции за страни като Китай и Япония показват, че тези инвестиции имат положителен ефект върху технологичното осъвременяване и растеж вътре в страната. Още по времето на социализма – през 80-те години на XX в. България осъзнава необходимостта от инвестиции в чужбина – не само в бившия социалистически блок (Евроазиатската част), но и в Африка (заради пазарите) и Западна Европа и САЩ (заради достъпа до технологиите). Преките чуждестранни инвестиции на България създават възможност за растеж на фирмите над определен критичен размер, където те биха могли да инвестират достатъчно средства за НИРД и иновации, за да създават продукти, конкурентоспособни за продажба под собствена марка на глобализираните пазари, а понеже централите на тези фирми са в България, и да разчитат на по-тясна връзка „наука – бизнес“.

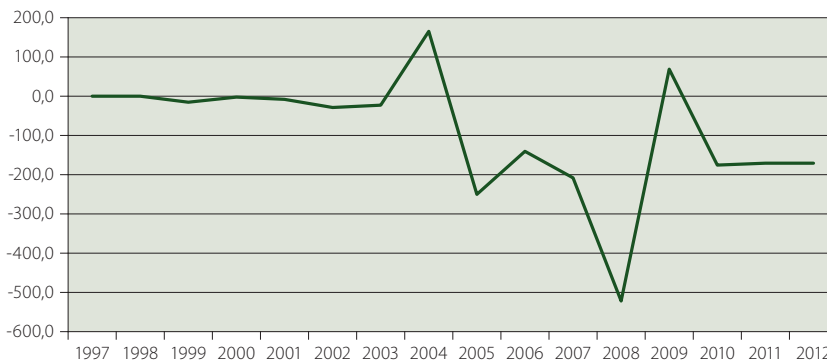


НА ФОКУС: БЪЛГАРСКИТЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЧУЖБИНА – РАННИ СИГНАЛИ ЗА НОВОВЪЗНИКВАЩИ БЪЛГАРСКИ МУЛТИНАЦИОНАЛНИ КОМПАНИИ

Дълго време в общественото съзнание битуваше схващането, че инвестициите в чужбина са всъщност „изнасяне на национален капитал“, „скриване на собственост“ през офшорки или дело на „организираната престъпност“ и „червените фараони“. В резултат висши представители на държавата отказват дори през последната година да подпомагат българските компании в експанзията им на чуждите пазари, ако не става дума за износ на продукция, произведена в България. Борислав Стефанов, председател на Агенцията за инвестиции например, смята, че „държавата трябва да подпомага само тези фирми, които искат да инвестират в България, а не да изнасят парите си навън“. За разлика от България повечето страни – и на запад (САЩ, Германия), и на изток (Китай), имат специални програми за подпомагане на инвестициите на техни фирми на чужди пазари, защото осъзнават, че чрез това реално подпомагат своите икономики. Вярно е, че особено в САЩ многото инвестиции в чужбина (предимно в Китай) доведоха и до затваряне на заводи в САЩ и загуба на работни места, но до този момент като че ли няма нито един пример на българска компания, която да е намалила националните си операции (заемност и оборот) заради инвестиции в чужбина. Няма и индикации това да се случи в скоро време. Може би единствено Саня не успя да стартира завода си в Бургас и изнесе производството на преди във Виетнам. Чужди инвестиции на България е имало и преди 1990 г., но предимно в Африка, някои съвместни предприятия в СССР и „скритите“ инвестиции в Западна Европа и Близкия изток, чрез които се е търгувало с ембарговите технологии.

Дълги години (поне 10-12) както икономистите, така и специалистите в БНБ и НСИ не отделяха особено внимание на българските инвестиции в чужбина и едва предприемаческите процеси доведоха до въвеждане на задължение за деклариране за компаниите и до приемане на методика за изчисляване на изходящите инвестиции, съпоставима с другите страни – членки на ЕС от 2003 г. БНБ успя да направи оценки за някои показатели и за няколко години назад (публично оповестените данни са

ПРЕКИ ИНВЕСТИЦИИ НА БЪЛГАРИЯ В ЧУЖБИНА (МЛН. ЕВРО)



Източник: БНБ.

до 1997 г., а за някои показатели – само до 2001 г.), но те трябва да се възприемат с голяма доза условност.

Данните за инвестициите на българските предприятия са с отрицателен знак, а когато има връщане на инвестициите (например предприятието, направило инвестиция, я продава и връща парите в България) – със знак плюс. Тенденцията е към постоянно подобряване на международната инвестиционна позиция на България за последните 16 години. За този период през три години има нетно „връщане“ на инвестиции – 1997, 2004 и 2009 г. През 1997 г. са „върнати“ едва 1,5 млн. евро. През 2004 г. става дума за една голяма сделка през месец ноември в сектор „Транспорт, складиране и съобщения“ в Холандия, докато през 2009 г. дестинацията, от която се връщат най-много инвестиции, е Италия, сектор „Преработваща промишленост“. И в двата случая сделките са за около 200 млн. евро.

Вероятно българската компания, която изглежда най-мултинационална, е Софарма – както поради факта, че е мултинационална като собственост (макар и контролирана от български собственик), включително че

се търгува на Варшавската и Софийската фондова борса, така и поради факта, че има изнесено производство в Украйна, Сърбия, а доскоро и в Русия, инвестиции в Беларус, САЩ, Великобритания, Полша и други страни, а продава по цял свят. Софарма осъществява сериозна научно-изследователска и развойна дейност, сътрудничество с Академията, публикации, патенти и редица иновации. Тя обаче има дългогодишна история и е приватизирана като вече утвърдила се на международните пазари и едва ли би вдъхнала увереност на начинаещи предприемачи или на представители на малкия и средния бизнес, че могат да последват успеха ѝ.

Друг пример на мултинационална компания, при това също приватизирана, показва как един академичен предприемач (Мирослав Хинков), който в същото време е и сериен предприемач¹, може съществено да преориентира производството на компанията от калъпи, формуване на пластмаси и ултразвукова почистваща техника, насочено към вътрешния пазар, към производството на машини за ламинирани туби и опаковки и машини за автоматично пълнене на тези туби и опаковки на международния пазар. Това е мултинационал-

¹ Има инвестиции в селското стопанство – растениевъдство и животновъдство (износ на охлюви), козметика (включително и завод в Русия), авиация (летище, спортен клуб), електроника, туризъм и др. Инвестициите в повечето случаи са съвместни с още двама академични предприемачи (били са част от Техническият университет до 1989 г.) в рамките на СТС холдинг, в комбинация с тях като физически лица, поотделно или семейно. Иновациите в рамките на групата се защитават включително и чрез патенти (има два получени през 2010 г.).



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051P0001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!

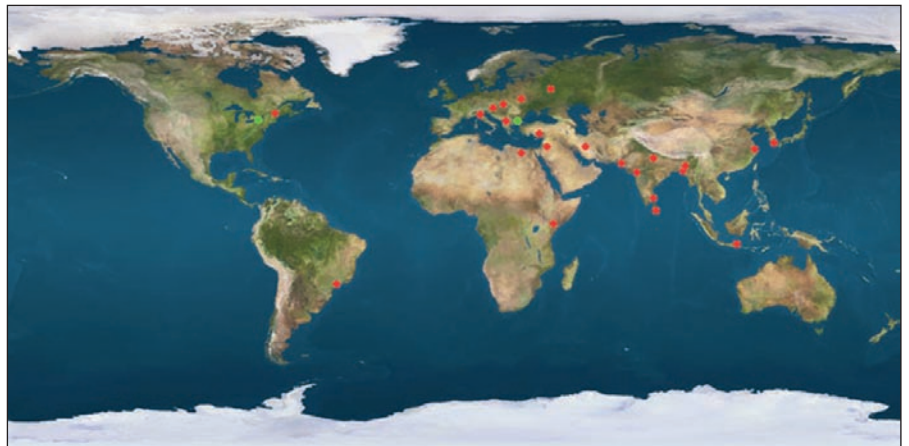


Европейски социален фонд

ната компания Мехатроника – Габрово². Компанията се утвърждава като ключов доставчик на цялостни производствени линии за Юниливър и е лидер на индийския пазар. Наскоро в рамките на стратегията на фирмата за растеж бяха продадени 49 % от нея на ключов конкурент от Швейцария, с който ще работят съвместно на пазари, които до този момент са били по-слаби за Мехатроника. Дали сделката е част от по-дълъг процес на сливане между двете компании, или не, все още е трудно да се каже, но със сигурност не става дума нито за портфейлна инвестиция, нито за първа стъпка към изкупуване на цялото предприятие, а за стратегическо партньорство. Дейността на Мехатроника е в тясна връзка със СТС Козметикс (снабдявайки я с оригинално производствено оборудване), която също се контролира от Мирослав Хинков и има за основен пазар Русия, включително изнесено производство. СТС има собствени марки в почти всички сегменти на козметиката и произвежда частни марки по поръчка на известни производители (отново следвайки модела на другите български мултинационални компании като Датекс например).

Освен приватизацията (на цели предприятия като Софарма, които са били достатъчно интернационализирани преди това, и на предприятия като Мехатроника, които впоследствие се реструктурират и реално стават големи международни играчи) основен източник на предприемачество, което формира възникващите мултинационални компании, са академичното предприемачество на прехода и новото предприемачество на млади хора, които пряко таргетират световния пазар (най-често чрез софтуерни решения, мобилни приложения и услуги). Сред новите компании, които са успели да се наложат сравнително бързо на световния пазар (притежаващи значим пазарен дял в света или имащи и инвестиции в чужбина освен продажби), могат да се посочат Хаос Груп³ и Телерик (софтуер), Уолтопия и Ава спорт (спортни продукти), Датекс⁴ (електроника), а в региона на Югоизточна Европа – К и К електроникс с бранда Техномаркет (търговия с бяла и черна техника) и Приста Ойл (акумулаторни батерии, производство на моторни и индустриални масла, дистрибуция). Много други фирми от почти всички сектори имат успешни единични задгранични инвестиции – от финанси (Еврохолд и ПИБ – на Балканите), през туризъм (Алебна – в Швейцария), бързо хранене (Хели – в Испания) до софтуер (ТехноЛогика – на Балканите) и бито-

ОПЕРАЦИИ НА МЕХАТРОНИКА ПО СВЕТА



Източник: Мехатроника, 2013.

ва химия (Фикосота синтез – в Румъния и Украйна). Част от инвестициите и пазарното лидерство са твърде неочаквани – например Софтуер груп има инвестиция в Кения и продава успешно софтуер за комплексни финансови услуги (мобилно и онлайн банкиране) в Африка и Тихоокеанския регион. Уизком (по-късно преименувана на Сайънт и купена от VMware) беше първата българска ИТ фирма, резултат на типично младежко технологично предприемачество, която изнесе производството във Виетнам.

По-малки компании, обикновено притежание на серийни предприемачи, също се опитват да се глобализират не само през продажби, но и чрез собствени инвестиции, стратегически партньорства (франчайзинг) извън страната или привличане на рисков капитал. Такива примери са Кабината⁵, iMediaShare⁶, Extreme Broadband Services (start-up в Индия на основателите на Орбител Виктор Францес и Николай Горчилов), както и множество фирми на български емигрантски предприемачи като Imagine Computing в Лондон, които са в бизнеса със структурно окабеляване и имат обекти в цяла Европа и Африка.

Превръщането на една българска фирма в световен играч е резултат на много фактори, най-важните от които са:

- избор на ниша, която има потенциал за огромен растеж (например спортният парашутизъм и спортното катерене) и има очаквани структурни изменения в бизнеса, включително за налагане на нови пазарни потребности;
- разработване на собствена технология, която предоставя сравнително предимство (алгоритмите, използвани за рендеринг). Ниската цена на ресурса е важна по-скоро до толкова, до колкото намалява риска при неуспешен проект, а не толкова, че представлява пазарно предимство при успешен продукт;
- обвързване с партньор, който има шанс да бъде закупен от водеща технологична компания; влизане в „успешна“ екосистема от партньори, която има capacitatea да абсорбира върхови идеи;
- необходими са допълнителна непазарна мотивация (хоби, интерес) и среда, която да доведе до амбиция, надминаваща най-доброто на пазара в момента и до желание да продължиш, дори когато възникват трудности.

² <http://www.kombis.net>

³ Носител на Наградата за иновативно предприятие на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ за 2012 г.

⁴ Носител на Наградата за иновативно предприятие на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ за 2011 г.

⁵ Кабината се позиционира в топ-20 на технологични новосъздадени компании от възникващите пазари през 2011 г., определени от програмата „Информация за развитие“ на Световната банка, и получила финансиране за интернационализация в Турция с амбиция за целия постсъветски пазар.

⁶ Спин-оф компания на Бианор, фокусирана върху едноименния им продукт, пуснат през 2009 г. в Apple App Store и получил награда в конкурса за иновативно предприятие на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ през 2010 г. Новата компания е сред първите получатели на рисковото финансиране от LAUNCHHub в края на 2012 г.



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

Съвсем естествено е, че не всяка инвестиция в чужбина, отчетена от БНБ, трябва да се разглежда като сигнал за появата на нова мултинационална компания. Нещо повече, една част от инвестициите в чужбина реално са вътрешни инвестиции, защото се правят единствено заради данъчни съображения или някаква схема за прикриване на собствеността. Около една четвърт от българските инвестиции са в типични офшорни зони, а ако се вземат предвид и инвестициите в страни като Швейцария, Люксембург и Холандия и някои щати в САЩ (Делауер, Вермонт), при които няма реален бизнес на съответната територия, а са само финансовоинвестиционни инструменти или форма на прикриване на собствеността, около една трета от всички инвестиции може да се окаже не съвсем „реална“. Ако се проследят обратните инвестиции от тези страни в България, вероятно става дума за скрита собственост и отношения на български политици, престъпници и бизнесмени с лоша репутация. Въпреки това около 1 млрд. евро биха останали като сравнително реални инвестиции на българския бизнес в чужбина.

В регионалното разпределение на инвестициите естествено преобладава географската близост – на Югоизточна Европа (начело със Сърбия и Румъния) се падат 27 % от всички инвестиции, а на първо място е Италия с 12 % от всички инвестиции. Това е съвсем обяснимо, тъй като износът на България за Италия за периода 1995 – 2012 г. е най-висок спрямо всички страни и отново е 12 % от целия износ за периода. Износът за Югоизточна Европа пък е 34 %. Връзката инвестиции – търговия е съвсем естествена и е в подкрепа на тезата, че българските инвестиции в чужбина допринасят за растежа на brutния вътрешен продукт и развитието на страната, а не просто изнасят доход. Разбира се, все още както размерът на тези инвестиции, така и приносът им към brutния вътрешен продукт на страната са скромни в сравнение дори със страни като Унгария и Чехия, които са съпоставими с България, но е положителен ранен сигнал за тенденция, която трябва да бъде подкрепена от държавата чрез комплексни мерки.

Най-често се инвестира в дружества, които извършват търговия с изнесената от България продукция на съответната територия. Като правило дори при по-големите български инвеститори има съдружник, местен резидент (който би могъл да бъде и българин, който постоянно живее в съ-

ПРЕКИ ИНВЕСТИЦИИ НА БЪЛГАРИЯ В ЧУЖБИНА⁷

Период	Салдо към 31.12.2012 г.	Ранг	2012	Ранг	2011	Ранг
Италия	171,2	1	0,5		-0,7	25
Маршалски острови	156,3	2	-20,7	2	-36,4	1
Малта	135,5	3	4,9		-13,5	4
Сърбия	131,8	4	-31,4	1	-9,6	8
Румъния	77,7	5	-2,8	14	-13,4	5
Германия	74,3	6	-17,4	4	-8,5	9
САЩ	67,9	7	-5,3	9	-7,0	11
Турция	65,2	8	-4,9	10	-12,5	7
Македония	60,9	9	-2,8	13	4,8	
Австрия	52,6	10	-15,7	5	-12,7	6
Великобритания	51,2	11	-7,1	8	-7,2	10
Швейцария	41,8	12	-1,3	21	-2,4	17
Чехия	36,7	13	-12,9	6	-2,9	16
Кипър	32,3	14	0,6		-5,0	13
Гърция	32,2	15	-2,8	12	3,9	
Украйна	31,9	16	1,4		-6,0	12
Франция	28,2	17	-0,8		-15,0	3
Люксембург	24,2	18	-18,1	3	n.a.	
Русия	16,4	19	-1,5	19	-16,8	2
Испания	15,9	20	-1,0	25	0,1	
Албания	11,7	21	-0,4		2,2	
Латвия	11,2	22	-0,3		-3,2	14
Белгия	9,8	23	-0,2		-0,1	
ОАЕ	9,4	24	-0,7		-1,2	21
Британски Вирджински острови	9,2	25	-2,0	17	0,4	
Узбекистан	8,5	26	-4,6	11	0,0	
Свят	1415,3		-169,5		-169,7	

Източник: Българска народна банка, 2013.

ответната страна) или юридическо дружество, когато става дума и за съпътстващо производство или сервизна дейност. Секторът, който е привлякъл най-много български преки инвестиции за периода 2001 – 2012 г., е „Операции с недвижими имоти, наемодателна дейност и бизнес услуги“ (385 млн. евро). На второ място по привлечени инвестиции е сектор „Преработваща промишленост“ (292 млн. евро). Следват „Транспорт, складиране и съобщения“ (175 млн. евро), „Търговия, ремонт и техническо обслужване на автомобили и мотоциклети, на лични вещи

и стоки за домакинството“ (157 млн. евро) и „Финансово посредничество“ (133 млн. евро).

За съжаление в статистиката на БНБ има и сравнително висок процент неклассифицирани инвестиции – 16 % от всички (за целия период 2001 – 2012 г.), което сериозно затруднява анализа. Наблюдава се и тревожна тенденция на засилване на този процент на годишна база. За 2010 г. той е бил 26 %, за 2011 г. се качва на 31 %, а през 2012 г. вече над половината от всички инвестиции (56 %) са неклассифицирани⁸.

⁷ Данните са във формата, предоставен от БНБ. Данните за потоците на инвестициите в чужбина са с отрицателен знак, когато има инвестиция в чужбина, и с положителен, когато има връщане на инвестицията в страната. Дадена е и позицията (до 25 място) за съответната година.

⁸ Според методиката за отчитане съществува доста дълъг период за отчитане и коригиране на данните, така че вероятно до края на 2012 г. ще могат да се класифицират поне някои от инвестициите през 2012 и 2011 г., но във всички случаи дори данните за 2010 г., за които са изтекли всички срокове за ревизия, са с доста висок процент неклассифицирани инвестиции.



Българските инвестиции в чужбина са свързани с процеса на изкачване по веригата на добавяне на стойност и са инструмент за налагане на собствена марка на чуждите пазари. Понякога марките, под които фирмите работят на чуждите пазари, са различни, дори произвеждат частни марки за едни пазари и свои – на други. В някои случаи е необходимо да има само търговско представителство, фирма, с която да се сключва договор и която да е субект на съдебни спорове при необходимост (най-масовият случай), в други е необходимо да има складова база, логистика, в трети – производство или дори изследователски лаборатории (най-често във фармацевтиката) и устойчиви връзки с местната и световната академична общност в съответната област. Наличието на устойчив инвеститорски интерес към определени страни е свързано и с навлизането на финансови институции в тях, които да обслужват българските фирми (особено в страни, в които няма развита банкова система или тя е с ниска степен на доверие). Такъв е случаят с навлизането на български банки и застрахователни дружества на Балканите. Всъщност единствената подкрепа от страна на държавата към български фирми за инвестиции в чужбина беше поемането на част от застраховките, необходими за разрастването на бизнеса.

Все още е рядкост излизането на цели еко-системи от бизнеси в България на чужди пазари с изключение на плахите опити за организиране на фирми в клъстери, които обаче предимно изнасят продукцията, без да инвестират пряко в чужбина. Ръстът на позиционирането на български компании в чужбина може (дори има ранни сигнали) да се осъществи и чрез франчайзинг, не само чрез преки инвестиции. Добър пример, че това е възможно за българските компании, е унгарската „Форнети“, навлязла в цяла Европа. Хепи (обществено хранене)⁹, Адрес (недвижими имоти), Робопартанс (училище за роботика), Мания¹⁰ (дрехи втора употреба) и други имат амбицията да бъдат български примери в това отношение.

Интересна форма на български инвестиции (макар и вероятно неотчитани от офици-

⁹ Имат собствена пряка инвестиция в Испания с един ресторант в Барселона и активна кампания по търсене на франчайзополучатели в Европа. Вероятна целева група са българи, резиденти на чужди икономики, които искат да инвестират в разпознаваема българска марка.

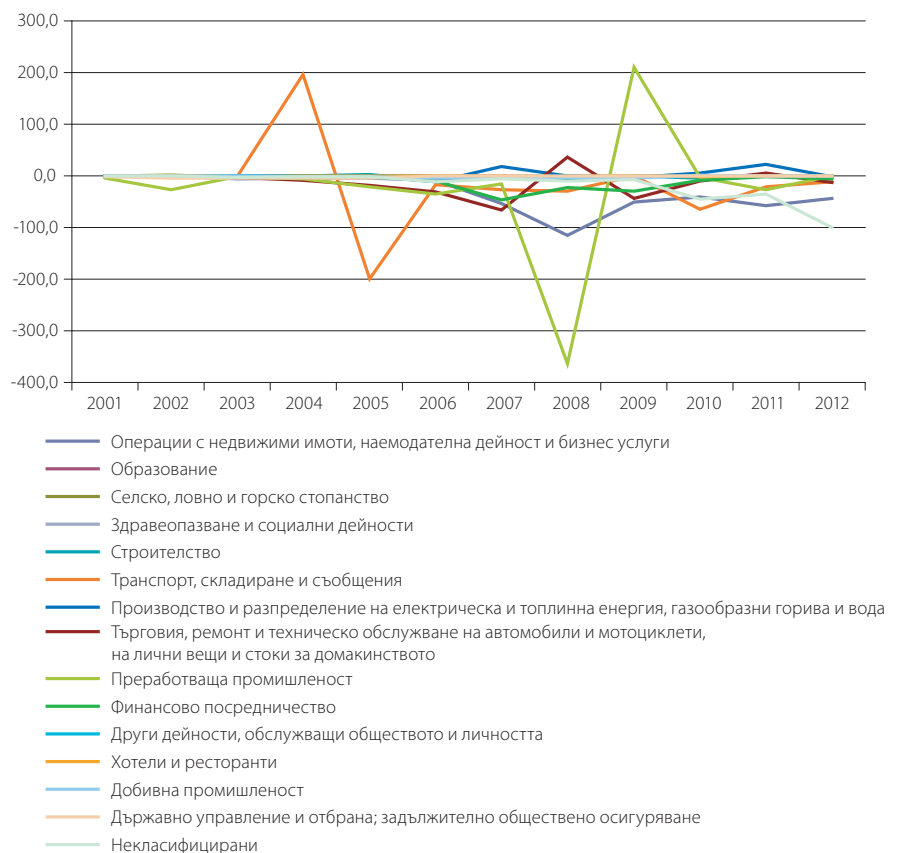
¹⁰ Имат магазин чрез франчайз в Румъния (Букурещ).

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ПРЕКИТЕ ИНВЕСТИЦИИ В ЧУЖБИНА ПРЕЗ ПЕРИОДА 2001 – 2012 Г. ПО ИКОНОМИЧЕСКИ СЕКТОРИ КАТО ДЯЛ ОТ ОБЩИЯ РАЗМЕР



Източник: Българска народна банка, 2013.

ПРЕКИ ИНВЕСТИЦИИ НА БЪЛГАРИЯ В ЧУЖБИНА ПО ИКОНОМИЧЕСКИ СЕКТОРИ



Източник: Българска народна банка, 2013.



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

циалната статистика) представляват фирмите, обслужващи българските емигрантски общности – магазини за български храни, български ресторанти, центрове за обучение, юридически кантори, обслужващи както физически лица – българи, така и български фирми, които искат да навлязат на съответния пазар. Доста дълго време инструментът за трудова емиграция беше формална пряка инвестиция към дадена страна (най-често Великобритания и Германия). Една част от самоагетите емигранти успяха да се наложат като успешни предприемачи в чужбина в различни сфери. Част от тях започнаха да инвестират и в други страни (но през европейската си дестинация или САЩ), но все още е рано да говорим за мултинационална фирма, родена от български емигрант в чужбина.

Някои страни използват целенасочено, на държавно равнище, емигрантските си общности за развитие на местния си бизнес,

като най-успешен пример от бившия социалистически блок е Армения, а от другите страни – Израел, Гърция, Китай и Индия. За съжаление българските политици стигат най-много до покана към успешните българи в големи компании да се върнат, за да започнат бизнес в България и на практика не работят с българските предприемачи там (освен за PR цели при посещения на премиери и президенти). Индия има амбициозна програма, която помага на успели предприемачи в чужбина (най-вече в САЩ) да се върнат и да развият бизнеса си или да започнат нов от Индия, като по този начин създават повече качествени работни места.

От гледна точка на разработването на публични политики е добре планирането и реализирането на българската официална помощ за развитие да се съобразят с приоритетите и интересите на българските компании, които имат или биха имали интерес през следващите 5-10 години от инвести-

ции в развиващите се страни. Исторически погледнато, в България чуждите официални донори винаги са финансирали проекти и партньорства, които пряко или косвено са помагали на бизнеса от съответната страна да оперира в България. В този смисъл изборът на приоритетни страни донякъде отговаря на интересите (Македония и Сърбия), но във всички случаи подценява Централна и Източна Азия като интерес за българския бизнес. Във Виетнам вече са направени 6 млн. евро инвестиции на български компании (за сравнение въпреки големия ръст на износ към Китай – от кисело мляко до роботи, отчетените инвестиции в БНБ са общо под 1 млн. евро). В Узбекистан¹¹ инвестициите са 8,5 млн. евро, Азербайджан¹² – 2,8 млн. евро, Тайланд – 3 млн. евро. Потенциал за нарастването на инвестициите в тези и в съседните страни (например Лаос и Киргизстан) има, включително и за включването на неправителствения сектор в изпълнението на проекти за развитие.

НАГРАДЕНИ ФИРМИ В НАЦИОНАЛНИЯ КОНКУРС ЗА ИНОВАТИВНО ПРЕДПРИЯТИЕ НА ГОДИНАТА 2012

Националният конкурс за иновативно предприятие на годината се организира за осми пореден път от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“, координатор на Enterprise Europe Network – България, в партньорство с Министерството на икономиката, енергетиката и туризма и представителството на ЕК в България.

Конкурсът цели да покаже успешните български бизнес модели, които се основават на иновациите и новите технологии, и да привлече вниманието на широката общественост към постиженията на българските предприятия в областта.

До участие в конкурса се допускат всички активни фирми, без ограничение на сферата им на дейност, които имат успешно внедрена иновация за последните три години.

През годините конкурсът за иновативно предприятие се утвърди като успешен формат за популяризиране на усилията на българските фирми да се развият като конкурентоспособни и отговорни бизнес партньори. До този момент 43-те наградени предприятия вече се радват на ползите от наградата – повишена разпознаваемост

и доверие, повече бизнес, но и повече отговорности.

Наградата е призната от Европейската комисиция за най-добра национална практика за популяризиране на иновативното развитие.

В осмото издание на конкурса наградите на отличените предприятия бяха връчени от президента на Р България, г-н Росен Плевнелиев, на 18 декември 2012 г., в рамките на Осмия национален иновационен форум.

В област „Пазарно лидерство“ с почетни статуетки бяха наградени фирмите „Уолтопия“ ООД и „Хаос Груп“ ООД за техните постижения като световни иновативни лидери.

Област „Пазарно лидерство“

„Уолтопия“ ООД
„Хаос Груп“

Област „Устойчиво иновативно поведение“

„Дейзи Технолоджи“ ЕООД

Област „Качество на живот“

„Бонбонена фабрика АЛПИ – Асеновград“
„ЕлБи Булгарикум“ ЕАД
„Пантелей Тошев“ ЕООД

Област „Независим жизнен цикъл на иновацията“

„Оптикс“ АД – Панагюрище
„Спесима“ ООД
„КЕИТ“ ООД

Област „Процесна иновация/ Иновационен хъб“

„ДиТра“ ООД
„ЗМД Истърн Еуропа“ ЕООД

Област „Социално въздействие върху регион“

„Арексим Инженеринг“ ООД

¹¹ Най-голямата инвестиция е на Приста Ойл, която купи инвестиция на Шеврон и произвежда масла в гр. Фергана. Друга фирма, която има операции там, е Датекс с цех за сглобяване на касови апарати на фирмата.

¹² В Азербайджан има голяма българска общност, която работи в сферата на телекомуникациите, наети пряко или опосредствано чрез чешки фирми. Те биха могли да бъдат основата на ново предприемачество там и в целия регион на Централна Азия.



ДАТЕКС: АКАДЕМИЧНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО, СЪЗДАЛО МУЛТИНАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ

Датекс е създадена в началото на 1990 г. от група академични предприемачи като част от вълната регистрирани фирми от всички секции в Института по техническа кибернетика и роботика (ИТКР) в БАН.

ИТКР и всички технически университети вече са имали голям институционален опит в прилагането на научните изследвания в индустрията, включително чрез основаването на т.нар. малки предприятия (поне от 1985 г.) в системата на Академията и университетите още преди приемането на Указ 56. С политическите промени през 1989 г. и сериозната икономическа криза през 1989 и 1990 г. на много от предприемчивите научни сътрудници става ясно, че пари за наука в Академията и университетите няма да има и единственият начин за оцеляване (не само физически, но и интелектуално) е започването на собствен бизнес. ИТКР и преобразуваните от него Институт по приложна кибернетика, Институт по информатика, Институт по мехатроника, Институт по компютърни системи, Институт по роботизирани системи и Технологичен център с опитна база са едни от малкото, които влизат в новосъздадените фирми на академичните предприемачи институционално, но по-късно излизат. Още по-късно БАН, а и някои от университетите забраняват на институтите и факултетите си, а и на служителите си да участват във фирми, така че до голяма степен напускането на академичните кадри се дължи на желанието на тези хора да продължат да се занимават с бизнес и при невъзможност да се съвместява преподавателската/изследователската и бизнес работата. Освен Датекс други фирми, произлезли от ИТКР, са Риск Електроник, Рокон и още около петдесетина.

Датекс се създава по идея на тогавашния директор на Института по приложна кибернетика ст.н.с. д-р Николай Илиев, а като учредители са записани Пенчо Ангелов Илиев, Николай Богданов Илиев, Кънчо Досев Митев, Станчо Младенов Станков, Симеон Ангелов Симеонов, Мичо Стоянов Чипев, Николай Христов Савов, Христо Асенов Пенев, Борислав Стефанов Петров, Чавдар Веселинов Попов, Асен Николов Колков, Илко Борисов Христов, Анна Мария Бошко, Виктор Леон Фархи, Ивайло Вълв Иванов, Антонио Милчов Кандов и Златолия

Симанова Илчева като физически лица и БАС Систематикс като институционално представяне на БАН. Любопитно е, че дяловете на БАН са платени от учените в лично качество, защото БАН няма финанси, но при изтеглянето от фирмата дяловете са платени обратно на БАН като институция. Част от първоначалните учредители на Датекс по-късно постепенно излизат от фирмата и правят свои фирми като Николай Савов (Български бизнес системи – официален дистрибутор на Apple), Антонио Кандов и др. В момента Датекс е собственост на Пенчо Илиев (53,5 %), Николай Илиев (43 %) и Нунчо Нунев (3,5 %).

Опитът на екипа, създал Датекс, е в областта на автоматизация на индустриалните процеси, което му помага предвид краха на индустрията след 1990 г. да се насочи изключително предвидливо и в крайна сметка да се наложи в „автоматизацията на транзакционните процеси“ (търговията), както формулира сегашната си ниша д-р Илиев. Първоначално Датекс (1990 – 1994 г.) става най-известна с кирилизацията софтуер за операционни системи (програмата FlexType за Windows¹³) и периферия – принтери (през 1991 г. е пуснат първият лазерен принтер с вградени шрифтове на кирилица). На базата на работата върху шрифтовете и принтерите Датекс развива сравнително предимство в предпечат и дори известно време функционира като издателство, като прави предпечат на вестници и книги, а и издава самостоятелно научна литература – на колеги от БАН и университетите. Едновременно с това изпълнява поръчки за автоматизация в производството, където е необходимо. С развитието на технологиите и по-широката достъпност на предпечатни технологии Датекс решава да излезе от този пазар и да се съсредоточи върху другите си силни страни.

Дейността на фирмата в областта на системите за автоматизация на търговията започва като дистрибутор на Самсунг през 1994 г., а през 1996 г. създава своя първи касов апарат Datecs MP500, през 1997 г. създава модел с термопечатащо устройство Datecs MP500T.

Съзнавайки, че първите успехи на Датекс се основават на комерсиализация на научно-изследователската и развойната дейност в ИТКР (например продуктът FlexType), през годините фирмата инвестира в собствена научноизследователска и развойна дейност (НИРД), която през 2012 г. вече включва над 40 инженери, обособени в отделно звено. За периода 2008 – 2010 г. всяка година Датекс инвестира около 1 млн. лева в НИРД, което за 2010 г. представлява 1,5 % от оборота на фирмата. НИРД и иновации се извършват и извън специализирания отдел, като оценката на Датекс е, че между 22 и 34 % от персонала са въввлечени в някаква степен в НИРД и иновации. Особеност при Датекс за разлика от някои други фирми, които също разработват иновации „по поръчка“, е, че те сами си финансират проектите (както от печалбата от предходни проекти, което по дефиниция е самофинансиране, така и българският модел, в който вкарваш разходите за НИРД като преки разходи по друг проект, но това отново е самофинансиране).

Както систематичните иновации в продуктите, така и някои големи клиенти на Датекс им помагат да се превърнат във водещ световен производител на касови апарати. През годините фирмата първа в света прави определени иновации в дизайн и производството на касови апарати и периферия. Някои от иновациите според Датекс са:

- първи правят вход за програмиране и отчитане на касовия апарат през компютър, стъпвайки на механиката на Самсунг;
- първа локална мрежа от касови апарати, управлявани от компютър;
- първата каса с пряка връзка към интернет;
- първите мобилни касови апарати;
- първият мобилен принтер;
- първи надграждат с функционалности различни мобилни устройства (първи Palm принтер, първи превръщат умните телефони в мобилен POS).

Освен търговска марка със собственото име Датекс налага на световния пазар и

¹³ След като в началото я продават сами, през 1997 г. сключват лицензионно споразумение с Майкрософт, който в продължение на няколко години им плаща такса за ползване.



марката Linea Pro на американския пазар¹⁴. Фирмата е изключителен доставчик на Apple на платежни терминали (Easy Pay Touch) за Apple Stores, като по този начин измества терминалите на Моторола, работещи под Windows CE, което се превръща в голяма драма за Стив Джобс (все едно да сложиш полумесец в черква). Внедряването става в края на 2009 г. и оттогава Датекс с помощта на своя търговски партньор в САЩ – Infinite Peripherals (IPC), се налага изключително успешно на американския пазар. Изглежда един от най-важните въпроси пред бъдещото развитие на Датекс и позиционирането му на този пазар е как точно ще се развият взаимоотношенията с IPC. От една страна, те държат правата върху марката, появяват се редица заявки за патенти, които описват принципа на работа на устройствата на Датекс, което може да доведе до патентни войни. Възможни сценарии за развитие са купуване на част от IPC от Датекс или размяна на акции между двете компании.



Първата линия Linea Pro

Производството на Датекс обхваща три вида продуктови линии: фискални устройства (касови апарати), нефискални устройства (принтери на етикети, мобилни принтери, ESC/POS принтери) и платежни терминали (най-новото хардуерно направление). Продукцията на Датекс се реализира в над 70 страни на всички континенти.

Фискални устройства

Фискалните устройства са най-старата продуктова линия на Датекс, която е и „дойната им крава“. Идеята идва през 1993 г., когато в България се приема закон, който предвижда касови апарати с фискална памет. Датекс продава продукти от тази линия в целия свят, където има специализирано законодателство за наличие на касови апарати с фискална памет,

ЕТАПИ НА ПРОИЗВОДСТВОТО НА КАСОВИ АПАРАТИ



Източник: Датекс.

като съвсем естествено Източна Европа, развиващите се страни в Азия и Африка са целеви пазар, тъй като обикновено те нямат собствени производители, а правителствата искат бързо насищане с устройства. В много страни в Източна Европа Датекс има над 50 % пазарен дял, продава в Кения, Танзания, Етиопия и Зимбабве. Присъствието на Датекс на тези пазари се осъществява основно чрез дистрибутори, но в много страни Датекс има и преки инвестиции (държейки над 50 % от съответната фирма в съдружие с местен партньор) – например Украйна (там има две фирми – Datecs Украйна и Екселио), Румъния, Франция (Datecs France), Полша (Datecs Polska), Великобритания (Datecs UK) и САЩ (Datecs USA). Модели на Датекс се сглобяват в Узбекистан.

Продуктовите иновации в тази група са резултат предимно на т.нар. нормативни иновации, породени от промени и изисквания в законодателството. С всеки нов географски пазар Датекс е принудена формално да прави някаква иновация – от продукта до организационната форма на навлизане на пазара. Предимството на Датекс е, че е специализирана в производството на фискални устройства. В този смисъл тя е по-малка, гъвкава и успява бързо да реагира на нормативните про-

мени във всяка страна (колкото и малък да е нейният пазар).

Нефискални устройства

В тази група продукти Датекс произвежда както собствени, така и OEM устройства (основни клиенти са Citizen, Саней, ANA). Мобилни принтери, ESC/POS принтери, принтери за етикети, баркод-четци на Датекс се продават в над 70 страни. Основните пазари са САЩ, Япония, Бразилия, Испания и Югоизточна Азия, включително Китай. Нефискалните устройства се появяват в портфолиото на фирмата като естествено продължение не толкова на касовия апарат, колкото на „автоматизацията на търговията“. Така се появяват и електронните везни, баркод-четците, а за някои по-големи клиенти и цялостни решения за управление на търговията. В самото начало обаче те са били разглеждани като естествен баланс на политическия риск от работа на тържеде регулирания пазар на фискални апарати. Износът също идва като решение на конкретен проблем – спад на продажбите в България и налично количество на склад, което Датекс решава и успява да реализира в Украйна. В кръга на нефискалните устройства отскокро Датекс включи и разнообразна Apple конвертируема периферия (като например

РАЗЛИЧНИ НЕФИСКАЛНИ УСТРОЙСТВА НА ДАТЕКС



Източник: Датекс. Принтери PP-50, FP-1000 термичен принтер, iSerial Bluetooth устройство.

¹⁴ Формално обаче марката е регистрирана на името на търговския им партньор IPC – <http://tess2.uspto.gov/bin/gate.exe?f=doc&state=4002:63ewj.5.1>



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

iSerial, както и някои от групата устройства на платежните инструменти като DRD-10 и други), както и GPS устройства за управление на парк от камиони или автобуси, система за издаване на автобусни билети, която може да се свърже с позициониращото устройство, а с помощта на Датекс Мепинг Сървисиз това позволява да се обедини в цялостно решение за управление на бизнеса. Традиционно Датекс продължава да произвежда различни програмируеми клавиатури, монитори и т.н.

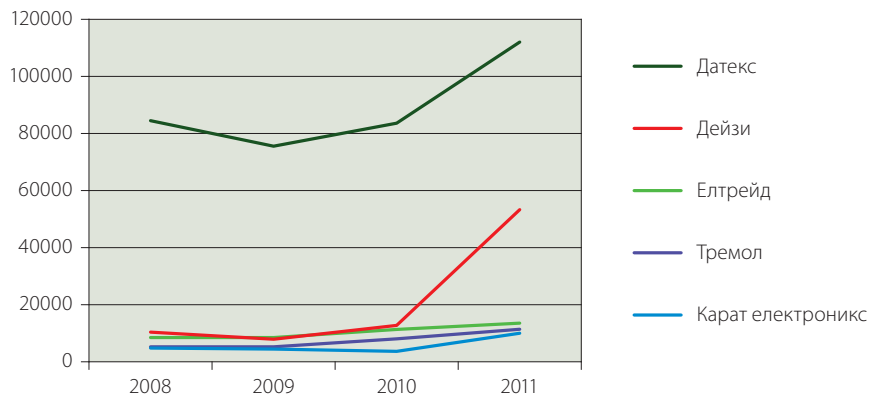
Платежни инструменти

Платежните инструменти са най-новата група на Датекс, като основен клиент е Apple, който дава не само престиж, но и осигурява 10 % от общите приходи на Датекс. Това позволява на фирмата да инвестира в Apple културата и да предложи възможности за трансформиране на личния iPhone или iPad на малкия мобилен предприемач (или работник) да го превърне в мощен PoS терминал (чрез InPinea Tab – отново тяхна марка), собствен четец за карти, който може да се включи към всеки телефон от ново поколение, и т.н. Според изследване на Форбс от миналата година продуктът на Датекс LineaPro 4.0 е помогнал на Nordstrom (верига магазини за дрехи, обувки и чанти в САЩ) да увеличи продажбите си с 15 %¹⁵. Редица други фирми започват да разработват специални приложения върху iPhone, които, работейки с терминалите на Датекс, повишават производителността на фирмите.



Датекс не прави радикални (революционни) иновации, тъй като самата ниша предполага бързи, но все пак последващи и постоянни иновации в автоматизирането на търговията. Фирмите в тази ниша просто решават конкретни проблеми, появили се в практиката – както на големи компании (като Apple например), на правителства (които искат да следят в реално време продажбите например или най-малкото да предотвратят манипулирането на фискалната памет и затова за тях е по-удобен моментален трансфер на данните в техен сървър), така и на малки предприемачи или фирми с преобладаващо мобилни работници, които биха могли да съберат в едно дипломатическо куфарче целия си офис. В същото време тесният контакт с големите клиенти им дава възможност да

ДИНАМИКА НА ПРИХОДИТЕ (В ХИЛ. ЛВ.) НА ВОДЕЩИТЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ



Източник: Търговски регистър, достъпен през АПИС.

са „на една ръка разстояние“ от радикалните иновации и да бъдат по-адаптивни и конкурентоспособни. Постоянно растящото портфолио от продукти е пример за непрекъснато продуктово иновиране, в някои случаи и за първи път в света (като случая с поръчката за Apple и изброените в началото новости), а в повечето случаи – успоредно с останалите си конкуренти.

В този смисъл може би най-голямата иновация на Датекс през последните години – LineaPro, за която фирмата получи наградата за иновативно предприятие на годината за 2010 г. на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“, не е било необходимо да се защитава с патент, а само като дизайн. В същото време обаче, благодарение на тази иновация с помощта на разработената от Датекс библиотека функции за управление на LineaPro под iOS, редица софтуерни фирми създадоха нови приложения за търговски обекти, ресторанти, хотели, складове и др. Освен това тя е входната врата на Датекс към иновациите в „периферията“ на Apple.

Датекс е една от най-големите български производствени фирми. Тя е на 216 място в класацията АКТИВ за 2010 г. по приходи в цялата икономика, а производителността ѝ е била по-добра в сравнение с много други фирми с по-голям оборот. Предвид ръста от над 30 % за 2011 г. за Датекс, а за много фирми с по-голям оборот от Датекс 2011 г. не беше толкова успешна (цигари, горива), може да се окаже, че за 2011, а и за 2012 г. Датекс може да влезе и в топ-150 по приходи в България.

Преките конкуренти на Датекс в България като Дейзи, Тремол и други излизат с различен успех на международния пазар, като Дейзи е най-успешна засега и като доближаване по приходи (вече наполовината от Датекс през 2011 г., докато години наред бяха 8-10 пъти по-малко), и като разширяване на географското си покритие, и като технологично развитие (чрез работата върху камерите за мобилни телефони за Нокиа). Тремол, Карат и Оргтехника се основаваха на съществуващи заводи чрез приватизация, докато Датекс и Дейзи си остават лидери като нови фирми на прехода. Датекс предпочита да работи консолидирано в една фирма, докато Дейзи например работи с цяла мрежа от фирми, включително подизпълнители, така че понякога сравнението на официалните данни на равнище фирма може да е малко подвеждащо като стремителното повишаване на ефективността през 2011 г. при Дейзи – с 39 % повече работници реализира над 4 пъти повече приходи.

Допълнително затруднение за сравнението между различните производители е фактът, че всеки се е специализирал в поне още една ниша, която обаче значително се различава от останалите освен производството на иначе сходната гама продукти от касови апарати, принтери и терминали, както и свързаните с тях аксесоари като рула хартия, софтуер и т.н.

Разликата между Датекс и конкурентите ѝ е и в това, че нейната допълнителна област също е на такова световно равнище, на каквото е и разглежданата досега продук-

¹⁵ <http://www.forbes.com/sites/kellyclay/2012/04/06/nordstrom-sees-15-3-increase-in-retail-sales-following-introduction-of-mobile-pos-devices>

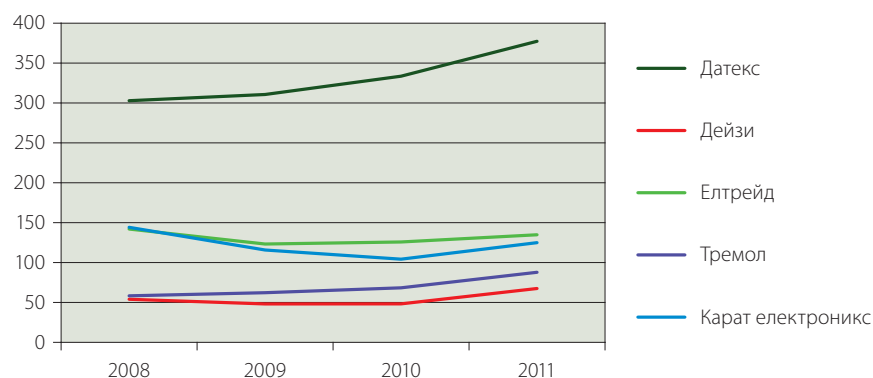


това гама. Дори в исторически аспект парите, които Датекус печели именно от тази допълнителна дейност (сега), ѝ дават възможност да прави значителни инвестиции в хардуерното производство. Става дума за работата на Датекус в областта на географските информационни системи (ГИС).

Работата с ГИС в Датекус започва през 1992 г., като през 1993 г. се основава отдел, а през 2007 г. отделът се институционализира в Датекус Мепинг Сървисиз, еднолично ООД, собственост на Датекус. В момента фирмата има около 60 заети в тази дейност и генерира приход от 1-1,5 млн. лв. годишно (като през предходните години е бил 3-4 млн. лв. и повече). Началото на географските услуги е свързано с работата на поземлените комисиони при реституцията на земеделската земя в България. Парадоксално, но поръчката е за принтери и компютри. Тогава Датекус решава да разработи цифров кадастър и средства за цифровизация на картите на землищата. Особена гордост за Датекус сега е дигитализацията на цяла Германия (вж. <http://www.stadtplandienst.de>) и на Тайланд, направени с помощта на средствата, разработени за българския пазар, но изпреварили времето си. Датекус дигитализира и редица провинции на Франция и поречието на Нил. Работата ѝ с първите немски поръчки ѝ дава възможност да инвестира в хардуерното производство, а когато ключов неин клиент е погълнат от Бертелсман и открива притежаваното от Датекус ноу-хау, това ѝ дава възможност да порасне много по-бързо в сравнение с конкурентите си. Общо е желанието да се започне работа на смени и в рамките на няколко седмици персоналът да се увеличи три пъти. Тогава се оказва, че растежът на една успешна фирма може да крие големи рискове, свързани със срокове, добро управление и т.н., поради което фирмата се отказва от бързия растеж. Може би затова в момента Датекус (както впрочем и други качествени иновативни български фирми) расте бавно, но уверено, като внимателно подготвя кадри отвътре за мениджъри на растежа. Неведнъж в интервюта и Пенчо Илиев, и Николай Илиев споделят, че на мениджмънт и бизнес са се учили в крачка, защото в началото всички са били по-скоро инженери, някои с известен практически опит, включително в бизнеса, което е различно от това самият ти да управляваш фирма. Впрочем подобна е участта на почти всички академични технопредприемачи.

Ретроспективно може да се каже, че Датекус успява да намери подходящи парт-

ДИНАМИКА НА ЗАЕТОСТТА В КЛЮЧОВИТЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ



Източник: НОИ, достъпен през АПИС.

ньори, които по-късно биват купувани от водещи фирми, и с качествената си работа преди придобиването остават стратегически партньори и за новия собственик. Освен с Бертелсман Датекус започва да работи с Нокиа, която купува Navteq, с която Датекус работи преди това. Датекус Мепинг Сървисиз има около 20 партньори, които аутсорсват ГИС работа към България.

В момента Датекус Мепинг Сървисиз навлиза на пазара на облачните решения, свързани с ГИС, и предлага курсове за обучение на настоящи и бъдещи клиенти. Облачните ГИС услуги дават възможност на клиентите си за лесен, отдалечен и бърз достъп до данни, поддържани от различни администрации. Цената обикновено е по-ниска от решенията, които изискват сървърни инсталации при клиента и цена на база лицензия на потребител. Облачните решения стават популярни при прехода в разбирането и предоставянето на пазара на софтуера като продукт към софтуера като услуга. При софтуера като услуга на потребителите се предоставя достъп до приложения върху бази данни (а понякога и самите бази данни), а „облакът“ предоставя инфраструктурата (хардуер, софтуер и мрежа – памет и изчислителна мощ, бази данни, интернет и други мрежи) за управлението и предоставянето на услугата.

Фирмата е една от най-големите в Юго-източна Европа в нишата на ГИС решения, а освен многобройните български бизнес и държавни организации нейни клиенти са фирми от Гърция, Испания, Франция, Холандия и САЩ. Подобно на постоянните иновации във фирмата майка, и в Датекус Мепинг Сървисиз се опитват да отговорят на постоянно растящите потребности на потребителите и още през средата на

2000-те години пуснаха джобни карти (за PDA), а и сега има мобилно приложение за bgMaps (за Андроид). Но като се съди по реакциите на потребителите, съществуват проблеми и те вероятно се дължат на факта, че до този момент за Датекус основният клиент е бил бизнесът, а не гражданите, които имат по-специфични изисквания за ползваемост на приложенията.

Датекус успява да спечели проект по Оперативна програма „Конкурентоспособност“ на стойност 2,5 млн. лева с 50 % собствено съфинансиране. Средствата са за технологично обновление и с тях Датекус оборудва новия си производствен център в квартал „Дружба“ в София (машини за повърхностен монтаж на печатни платки), като по този начин успя да събере цялото си производство в България. До този момент част от платките се правеха в Южна Корея и Тайван, но с помощта на проекта Датекус закупи технологично оборудване от Самсунг, което ѝ позволи много по-гъвкаво да управлява производствения процес.

Новата сграда на Датекус е на общо 11 хил. м² разгърната площ и приютава хардуерното производство, софтуерното обслужване и развойните звена. Датекус Мепинг Сървисиз и поддръжката на готовите апарати остават в сградата на бул. „Цариградско шосе“. И този, както и много други успешни проекти, потвърждават тезата, че Оперативна програма „Конкурентоспособност“ работи само за тези фирми, които са решени и имат финансови възможности да инвестират в съответното технологично обновление и без оперативната програма. Въпреки че Датекус произвежда от Академията, продължава да развива приложения и изследвания, които раждат иновации и определят фирмата като глобален играч. Датекус има



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

ограничен опит в други европейски проекти, като единственият проект, и то от преди повече от 10 години, е AGILE (Automatic drafting of technical documents in Czech, Russian and Bulgarian) по програмата Inco Copernicus (1997 – 1999 г.) с партньори от Германия, Великобритания, Русия и Чехия. Вероятно това може да се обясни с факта, че динамиката на пазарите, на които работи Датекс, наличието на печалба практически всяка година, която би могла да се използва за финансиране на НИРД, различните сътрудничества с партньори по целия свят, на практика намаляваха мотивацията да се инвестира допълнително в рамковите програми. Но за сметка на това в момента Датекс има сериозен интерес да участва и да развива BG-Clarín като част от европейската научна инфраструктура. Общо като изпълнител Датекс участва в почти всички големи европейски проекти, които включват България – например Corine Land Cover.

Датекс си сътрудничи с БАН, но поради глобалността на бизнеса си работи не толкова с български университети и БАН, а с такива, които познават по-добре ключовите й пазари като например Япония и в частност с Токийския университет, откъдето е профе-

сорът, направил дизайна на един от моделите принтери (FP-700KL). Силната връзка с Япония (основни поддоставчици, клиенти, както и дизайн) се дължи не на последно място на факта, че Пенчо Илиев, който вече е мажоритарен собственик и изпълнителен директор на Датекс, има 8-годишен опит в Япония (където отива да следва през 1979 г. след двегодишно обучение в Техническият университет – София, и остава там като инженер по схемотехника в Nippon до 1987 г.), преди да постъпи в ИТКР при Николай Илиев. Връзките с Япония довеждат до системно привличане на японски специалисти по управление на качеството и въвеждането на различни процесни иновации в производството. Отделни служители (помладите) на Датекс имат докторски степени (получени след 2000 г.) и продължават публикационната си дейност в сътрудничество с преподаватели в университети, а и имат полезни модели на свое име.

Датекс е експериментирала с формални стажантски програми, но не е особено доволна от резултата. Фирмата има ограничени образователни партньорства с университетите, подобно на някои други ИТ компании, но за сметка на това те напри-

мер подкрепят First Lego League, състезание по роботика, което от своя страна мотивира много ученици да навлязат в роботиката. Възможно обяснение на този факт е вярата на Пенчо и Николай, споделена и от много други успешни академични предприемачи, че повечето „смислени“ приложения са напуснали Академията и са останали „фундаменталисти“, които и на ценностно ниво (още преди 1989 г.), а и на практическо (след 1989 г.) не са искали (а и може би не са могли) да търсят връзката „наука – бизнес“. Те виждат, че няколко поколения завършващи младежи припознават инженерството, електрониката и дори софтуерното инженерство като далеч по-непривлекателна алтернатива за тяхното бъдеще, отколкото психология, право и икономика, а 20-те години на прехода обезкървиха дори качествените факултети и катедри. В интервю Пенчо Илиев споделя, че много технически университети работят по учебни програми отпреди 1989 г.¹⁶ Като резултат се оформя едно общо схващане сред технопредприемачите, че на първо място трябва да се работи с децата и учениците, ако искаме да подготвим достатъчно квалифицирана работна ръка, която да запази и да развие новите български мултинационални фирми.

СОФАРМА: ТРЪНЛИВИЯТ ПЪТ ОТ КООПЕРАТИВНА ЛАБОРАТОРИЯ ДО МУЛТИНАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ (1933 – 2013 Г.)

Историята на днешната Софарма АД започва още през 1933 г., когато Българското аптекарско кооперативно дружество започва изграждането на първата производствена лаборатория за лекарствени средства. През 1942 г. лабораторията се премества и прераства във фабрика Галенус, която бива национализирана през 1953 г. и на чиято основа се създава Химико-фармацевтичен завод, чийто правопримек е Софарма АД. Още през 40-те години на миналия век Галенус се утвърждава не просто като първата модерна фармацевтична фабрика на Балканския полуостров, но и като успешен конкурент на германски и швейцарски фирми. През 2000 г. предприятието е приватизирано и се търгува на Софийската, а от края на месец ноември 2011 г. и на Варшавската фондова борса. Въпреки че търговията с акции на Софарма във Варшава не увели-



¹⁶ http://computerworld.bg/31989_pencho_iliev_dateks_prez_poslednite_meseci_se_udvoiha_poruchkite_za_chujdite_pazari



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд



чава драматично капитализацията на фирмата, фактът, че вече имаме българска компания, която се търгува на чужда борса, и то една от най-важните в Източна Европа, е индикатор за тенденцията български фирми да се позиционират и да имат поведение на мултинационални компании. Добър показател за перспективността на Софарма е включването на акциите ѝ в различни борсови индекси. Освен българските SOFIX, BG40, BGTR30 акциите участват и в Dow Jones STOXX EU Enlarged Total Market Index с тежест 0,11 %, с тежест от 5 % в Erste Bank Bulgaria Basket, в сертификата на Райфайзенбанк – Raiffeisen Osteuropa Fonds, както и в сертификата ABN AMRO SOFIX – Open-end-certificate и в новия blue-chip индекс Dow Jones STOXX Balkan 50 Equal Weighted Index. И по време на социализма, и след 1990 г. Софарма изнася лекарства на много пазари от Европа, Азия и Африка и дори САЩ.

Производството на групата се развива в 7 основни направления:

- производство на лекарствени средства;
- субстанции и препарати на основата на растителни суровини (фитохимично производство);
- ветеринарни ваксини;
- инфузионни разтвори;
- концентрати за хемодиализа;
- медицински изделия за хуманната и ветеринарната медицина;
- бласова и шприцова продукция за промишлеността, селското стопанство и бита.

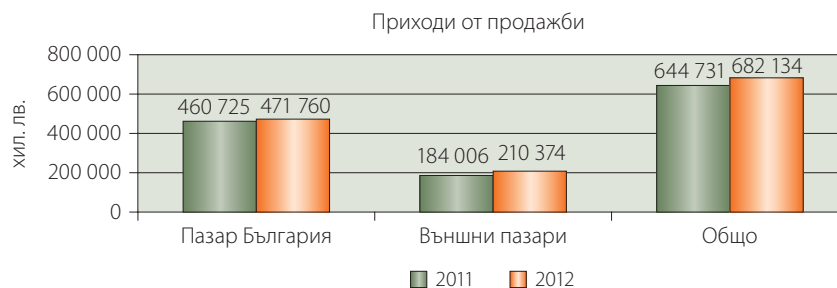
Лидерската си позиция Софарма дължи както на производството на генерични продукти на по-ниски цени, така и на значима научноизследователска и развойна дейност (НИРД). Служителите в звеното за НИРД на Софарма имат самостоятелни и съвместни публикации с учени медици както от България, така и от чужбина. В европейската система за реферирани научни публикации Scopus има 12 научни статии със съавтори, работещи в Софарма. Много повече са публикациите на изследователи от водещи универси-

тети във Великобритания и САЩ, базирани на НИРД на фирмите на Софарма в тези две страни. 10 % от всички патенти, регистрирани в България през периода 2001 – 2011 г., са притежание на Софарма АД, което я прави безспорен лидер в патентоването и налагането на собствени продукти. Общо 15 продукта от всички 210 в продуктовото портфолио на Софарма са оригинални. Един от най-успешните сред тях е Табекс¹⁷, който помага на потребителите да откажат цигарите и става причина за инвестиции в САЩ и във Великобритания (клинични изследвания, които са задължителни за налагането на продукта на тези пазари). Оригиналният продукт Карсил (на растителна основа, за лечение на гастроентерологични заболявания) и Темпалгин (оригинален аналгетик) допринасят най-много за приходите от износ. През 2012 г. Софарма въвежда 3 нови продукта, като се очаква, че през 2013 г. ще бъдат внедрени 3-5 нови продукта. Софарма се стреми да увеличи продуктите иновации до около 10 на годишна база през следващите няколко години. Зад продуктите иновации стоят много процесни иновации, които според оценка на Софарма за началото на 2013 г. са около 50 производствени процеса и технологии (които са в процес на трансфериране и оптимизиране). По тези количествени показатели Софарма със сигурност е сред иновационните лидери в България.

В момента освен 12 завода в България Софарма има два завода в Сърбия и един в Украйна. И в двата завода има отдели по НИРД, като в Сърбия има 7-8 души, които се занимават с клинични изследвания и изпитания. През 2012 г. след 10-годишно притежание на 51 % от капитала на ЗАО Росбалканфарм (Русия) – производствено предприятие, Софарма се разделя с инвестицията си, тъй като се оказва неефективна. Една от причините за излизането от фирмата са административните пречки пред бизнеса още през 2011 г., но и очакваните законодателни промени, извършени по-късно през 2012 г., които силно затрудняват бизнеса на Софарма в Русия, а именно въвеждането на изискването генеричните аналгетици да се продават само с рецепта. Най-продаваният продукт на Софарма на руския пазар е именно такъв – Седал М, който е бил сред топ-3 на фармацевтичните продукти в Русия според данни на Софарма. Напоследък подобни проблеми изпитват и други български фирми (след вдигането на митата за българска козметика).

Дъщерни дружества на Софарма има в САЩ (Софарма САЩ, 100 % контролирано от Софарма АД – търговско, Екстаб Корпорейшън САЩ, 80 % собственост на Софарма – клинични изпитания и изследвания), Великобритания (Екстаб фарма лимитед – клинични изпитания и изследвания, 80 % контрол от Софарма, но непряк), Полша (търговско – Софарма

ПРИХОДИ ОТ ПРОДАЖБИ



Източник: Софарма.

¹⁷ Табекс се произвежда от 1964 г.



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

Варшава ООД), Сърбия (производствено Иванич и синове д.о.о.), Украйна (търговско – Софарма Украйна, и производствено – ОАО Витамини – 99,56 %), Латвия (Бриз СИА, 51 %), Беларус (редица дялови участия във вериги аптеки, притежавани чрез Бриз СИА, превръщайки веригата в трета по големина частна верига в Беларус. Сред фирмите с инвестиции от Софарма са Брититрейд, Табина, Бризфарм, Алланко, Интерфарм, Виватон). Във Виетнам се произвеждат лекарства по лицензия на Софарма. Софарма залага на Бриз СИА за осъществяване на стратегията за навлизане на скандинавските пазари.

По много характеристики Софарма АД може да се нарече мултинационална фирма – има производство в повече от една страна (три, а ако броим и 10-те години в

Русия – 4), има инвестиции в редица страни (както за чисто търговските операции, така и за НИРД – САЩ и Великобритания, а също и вертикална интеграция, засега най-видимо в Беларус) и продава в много повече (над 70 страни), търгува се на борсата (при това и чужда освен българската) и има динамична композиция на акционерите. Нещо повече, Софарма активно участва на пазара на сливанията и придобиванията (Българска роза – Севтополис, Унифарм, Медика, НИХФИ – в Софарма, а Санита трейдинг, Калиман РТ, Глобал медикъл, Консумфарм, Елфарма – в Софарма Трейдинг), включително и портфейлни инвестиции (чрез инвестицията в Лавена Софарма влиза в козметиката и става основен дистрибутор, чрез Софарма трейдинг в България и чрез другите си дружества – в чужбина на Лавена), засега основ-

но в България и Беларус (аптеки), но много вероятно и на нови територии.

Все още обаче приходите на Софарма се генерират в България. За 2012 г. приходите от износ са едва 31 % от общите приходи. Софарма държи едва 5 % от българския фармацевтичен пазар в стойност, докато Софарма Трейдинг сред дистрибуторите държи 21,6 %, следвана от Феникс/Либра с 20,4 % и Стинг – 20,6 %. Въпреки че Софарма е една от големите български компании с оборот 682 млн. лева (за 2012 г.), около 4000 заети в групата и въпреки голямото си международно присъствие, все още е малък и нишов играч в световен мащаб. Дейността ѝ до този момент обаче дава сериозни индикации, че може да бъде част от световната конкуренция, особено на развиващите се пазари.

ХАОС ГРУП: ДА ПРЕВЪРНЕШ АЛГОРИТМИТЕ В ИЗКУСТВО

Петър Митев (37 г.) и Владимир Койлазов (35 г.) са собственици и управляват компания, която спокойно може да се нарече мултинационална, с офиси в САЩ, Япония и Корея, с продажби по цял свят. Хаос Груп диктува световната мода в технологиите на 3D графиката и анимационните услуги и предоставянето на иновативни решения за специализиран софтуер, обслужващ развлекателната индустрия и сектора за визуализиране. Фирмата разполага с над 100 души служители в България от началото на 2013 г. Приходите за 2011 г. са 11,5 млн. лева. Тя постига това за по-малко от 15 години.

Първата фирма Група Хаос ООД е създадена през лятото на 1997 г. от две дами – Даниела Дунева и Нина Пенева, с амбициите да бъдат рекламни и 3D студио. По една или друга причина първоначалната идея не се осъществява, а Петър е амбициран да пише софтуер, който да подобри съществуващите на пазара решения за визуализация, използвани предимно в компютърните игри. С бъдещия си съдружник Владо се запознават във ФМИ като студенти, а след това се оказва, че Петър като служител на Датекс е награждал Владо в конкурс за софтуер. Петър влиза като собственик във фирмата в началото на 1999 г. заедно с Иван Чакъров на мястото на Нина Пенева и до края на годината пускат първия продукт Феникс. По-късно Иван също напуска съдружието, а в момента е съдружник и управлява 3D студио във Варна, което произвежда и игри. Владо пък създава най-успешния продукт на Хаос – V-Ray, и става съдружник с Петър Митев във фирма Хаос Софтуер, през която се извършват продажбите от 2005 г. насам. Владимир влиза в първоначалната фирма през 2009 г., когато Даниела Дунева окончателно излиза от фирмата заедно с Диана Сливкова, заменила по-рано Иван Чакъров. В началото на 2013 г. е регистрирана фирма Голдън партнърс АД, в която първоначалните акции са записани от Хаос Софтуер – 99,97 %, и Орлин Цветанов с 0,03 %. Подобно реструктуриране на собствеността и консолидиране около ключови двигатели на развитието се наблюдава и в другите компании, които имат сериозно международно присъствие – Датекс,

СИМУЛАЦИЯ НА ФЛУИДИ С ФЕНИКС



Източник: Хаос Груп.

Софарма, Мехатроника и много други. Офисът в САЩ се открива чрез придобиване на американската ASGVIS – компания, която също работи на пазара на визуализацията и е партньор на Хаос Груп от 2005 г., когато адаптира V-Ray за Rhinoceros и SketchUp и става дилър на продуктите на Хаос за САЩ. След придобиването името е сменено на Chaos Group USA.



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051P0001-3.3.05-0001

„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд



www.chaosgroup.com

Първият продукт – Феникс, е пред-назначен за 3ds Max на Autodesk и революционизира визуализацията на огъня. Всички производители на електронни игри го възприемат, защото геймърите искат по-реалистични пожари, избухвания, пушеци и т.н. По-късно се разработва и за Maya и на базата на същите алгоритми се подобрява визуализацията на различни флуиди. В едно интервю¹⁸ Владо и Петър споделят, че Феникс в основата си е разработена като студентско предприемачество, и то още във втори курс.

В конкурса на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ Хаос Груп печели награда за най-иновативно предприятие за 2012 г. (заедно с Уолтопия) с последната версия на продукта си V-Ray – RT, който представлява приложение за рендъринг на триизмерни изображения в реално време. V-Ray се използва от водещи студиа за визуални ефекти в киното, в рекламната индустрия, както и в архитектурната и продуктовата визуализация и има над 20 000 легални потребители, а нелегалните са вероятно в пъти повече.

Освен иновативния подход към разработката на софтуер едно от ключовите конкурентни предимства на компанията са тесният контакт с потребителите и използването на обратна връзка за подобряване на функционалностите във V-Ray. Така V-Ray се налага като предпочитан рендъринг софтуер за много 3D артисти в цял свят. Интересното е, че още преди официалното му пускане на пазара той се е ползвал тестово с работното си име V (Vlado) – ray. На практика именно от потребителите идва и предложението да не се променя името.

Хаос Груп е една от фирмите с най-висока добавена стойност в ИТ сектора и икономиката като цяло. Една трета от заетия персонал в България, а от 2012 г. вече и в САЩ извършват развойна дейност. Връзката с Академията е видима най-вече в началото на бизнеса, когато основното е било измислянето на алгоритмите за оптимизиране на движението на флуидите и влиянието на Факултета по математика и информатика е очевидно. След това, когато вече компанията се разраства, съвсем естествено се търсят едни от най-добрите студенти с алгоритмично мислене, не само ефективни програмисти-заянчии. В Хаос, подобно на други ИТ фирми¹⁹, работят преподаватели от университетите и обратно, насърчават своите служители да водят курсове във ФМИ и извън ФМИ, за да могат да привличат талантните. Хаос има НИРД партньорства с водещите технологични производители като NVIDIA, така че пускането на новите графични карти да съвпадне по време с новите версии на V-Ray, така че крайният ефект от използването и на хардуера, и на софтуера да е максимален. Хаос Груп е сред най-големите спонсори на най-известните изложения в света, посветени на компютърната графика и компютърните игри, а откриването на офисите им в Корея и Япония е пряко свързано с относително затворения пазар на развлекателната индустрия в Азия.

¹⁸ http://www.render.ru/books/show_book.php?book_id=980

¹⁹ Най-известната академия за обучение и инструмент за наемане е академията на Телерик, подробно описана в бюлетина „Наука и бизнес“, бр. 4.

²⁰ Например през лекциите в StartItSmart през 2012 г.

Бъдещият растеж на Хаос Груп зависи пряко от няколко фактора – до каква степен ще расте развлекателната индустрия (за да има повече продажби), до каква степен крайните клиенти на архитектурни решения ще изискват 3D модели и ще искат да участват в дизайна и дали Хаос ще успее да навлезе в нови ниши – например 3D визуализацията в медицината или вградени 3D услуги в предоставянето на услуги на електронното управление/електронното правителство. Възможен, но по-малко вероятен е растеж чрез сливания и придобивания нагоре по веригата на добавяне на стойност или хоризонтално (спрямо конкуренцията).

Хаос Груп вече служи за пример²⁰ и мотивация на много начинаещи програмисти как с хубава идея, свързана с това, което обичаш да правиш, с много постоянство и труд, можеш да наложиш качествен продукт, за който пазарът да е готов да плати достатъчно. В България се заговори публично за Хаос едва след филма „Аватар“, но сред геймърското общество фирмата е известна още отпреди повече от 10 години, от времето на визуализацията на огъня. Едно от интересните послания към предприемачите, които и Хаос, и Уолтопия, а и много други български фирми, не просто успешно реализирали се в някоя чужбина, а съществено влияещи на световните тенденции в някоя ниша, са фирми, започнали и утвърдили се в някаква хоби-ниша, която е растяла заедно с техния растеж и се е утвърдила като световен бизнес. Хаос тръгват от огъня и игрите, но днес продуктите им се използват в архитектурата, филмовата индустрия и рекламата. Утре може да е медицината. Друг подобен пример е Ава-спорт (с парашутите и сбрутите си) от Монтана, които държат четвърт от световния спортен/хоби пазар. Посланието е просто: мечтайте, подобрете най-доброто на световния пазар, защото искате и можете!



V-Ray RT изглед

„За да си предприемач, трябва да си практичен мечтател. След мечтата задължително идва действие.“

Петър Митев,
съдружник и управител на Хаос Груп



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

УОЛТОПИЯ: ПЕРФЕКТНАТА ПРИКАЗКА

Ивайло Пенчев, основател и управител на Уолтопия: **„Единствената устойчива причина за богатството на народите е повишаването на производителността, а единствената причина за повишаването на производителността са иновациите. Тъй като ние сме най-умните в своята област, отдавна сме наясно с този факт. Затова и фокусът на Уолтопия винаги са били и ще продължат да бъдат иновациите.“**

В Уолтопия всичко е приказно. От сполучливото име, заменило през 2004 г. оригиналното „Височинни технологии“ от 1998 г., когато е създадена фирмата, до растежа на световната катерачна индустрия, направил фирмата от с. Крушуна, община Летница, област Ловеч, глобален лидер. В момента Уолтопия притежава най-голямото и модерно предприятие в света за дизайн и производство на елементи (ръкохватки, модулни конструкции), стени и цялостни спортни центрове за катерене. Уолтопия държи над половината от глобалния пазар на стени за катерене. Най-големият глобален конкурент на Уолтопия е френската Entre prises²¹, пионер в световното производство с над 30-годишен опит. Българската фирма се опитва да я купи преди няколко години, но французите отказват. Сред другите конкуренти са Rockwerx (Канада) и Eldorado Climbing Walls (САЩ). Фирмата има два завода – първия в с. Крушуна, в който се правят хватките, и новия в гр. Летница. В Уолтопия работят над 300 души, с едни от най-сложните стругове с цифрово програмно управление в България (5-осна интерполационна обработваща релефи машина), използват се нови материали (например имитиращи реални скали) и технологии (3D стени, които не могат да се получат по старата технология от дървени плоскости). Уолтопия е водещ спонсор на най-големите събития в света по катерене, има офиси практически в целия свят и диктува модата в тази ниша. В България тя е основен партньор и спонсор на Британския съвет в организирането на Фестивал на науката²² през м. май 2013 г., а в момента тече подготовката за изграждането на супермодерен мултифункционален спортен център (Collider activity Center)²³, който ще засенчи славата на Арена „Армеец“ като спортното бижу на столицата.

Инвестицията в това съоръжение се оценява на около 15 млн. лева – почти годишния оборот на Уолтопия (за 2011 г.). С международен архитектурен конкурс²⁴ вече е избран колективът, който ще



направи дизайн на спортния център в Младост 3. Тази инвестиция е ключов сигнал за стратегията на Уолтопия за навлизане на нови пазари – дизайн, изграждане и опериране на катерачни и спортни центрове (джимове). В глобален, а и в национален мащаб (дори големите пазари като САЩ и скандинавските страни) тези пазари са силно раздробени, с локална собственост и управление и като такива представляват интересна цел за амбициозна и способна компания като Уолтопия.

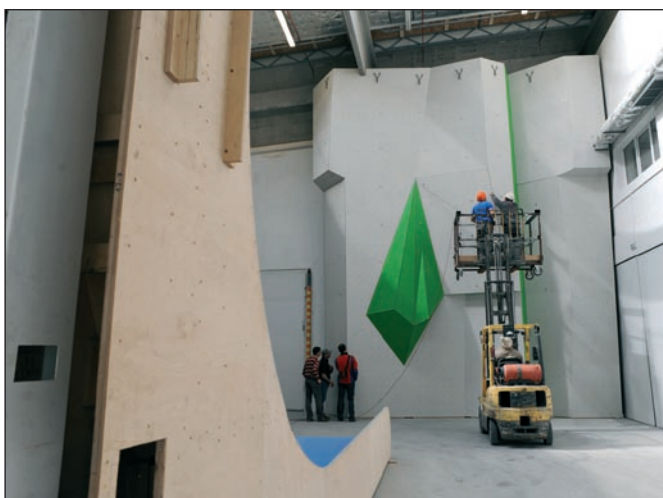
В България Уолтопия придоби популярност след получаването на наградата на сп. „Форбс-България“ през 2011 г. в категория „Развитие на бизнеса“, участието си в редица публични събития през 2012 г. и наградата за иновативно предприятие на годината на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ за 2012 г. (заедно с Хаос Груп) в категорията „Пазарно лидерство“. Уолтопия печели конкурса със серията трансформиращи стени, които налагат мода сред катерачните клубове, и с новата в световен мащаб настилка OML (One More Life), която драстично намалява съпротивлението с нея при падане от височина над 3 метра. Иновацията, която предлагат от Уолтопия с трансформиращите се стени, е и във факта, че катерачи и дизайнери на маршрути могат много лесно да споделят и да репликират опит (маршрути), без да трябва физически да са заедно. За собствениците на зали/центрове модулните конструкции предоставят ефективно ценово решение за нови форми и маршрути за катерене на своите постоянни клиенти.

²¹ <http://www.entre-prises.com>

²² <http://www.sofiasciencefestival.bg/>

²³ <http://www.collider.eu/>

²⁴ Конкурсът заслужава специално внимание, тъй като в него бяха представени 369 проекта от 63 страни – може би най-значимото архитектурно събитие в страната през последните години, засенчвашо международните конкурси, обявени както от правителството, така и от община София. Повече на адрес: whata.org/blog/zad-kulisite-na-konkursa-za-collider-activity-center-na-walltopia



Европейски съюз

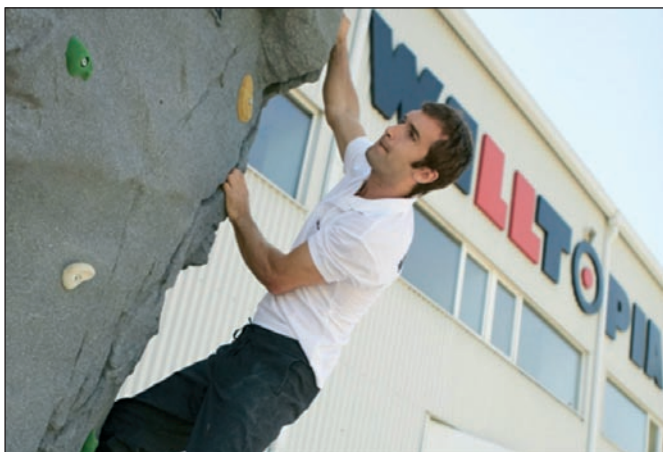
ПРОЕКТ BG051P0001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд



Крис Шарма – най-добрият катерач в света – стратегически партньор и рекламно лице на Уолтопия
Източник: walltopia.com

Както и в другите български мултинационални компании (Датекс, Хаос Груп и други), невинаги първоначалните собственици остават такива до края (или поне до момента). В Уолтопия сегашният мажоритарен собственик (с 66,12 %) Ивайло Пенчев започва с една трета капитал поравно с Георги Димитров (в момента управител на Турист ЕООД – собственост на Трапезица 1902 – туристическо дружество от Велико Търново и член на управителните съвети на три неправителствени организации) и Мирослав Паничаров. В създаването и управлението на Уолтопия участва и друг катерач – Метин Мусов, който вече е и съсобственик с 33 %. Ивайло е завършил ядрена физика, а Метин – икономика, но се срещат заради общата си страст – катеренето. Превръщат хобито си в бизнес, подобно на колегите си от Ава-спорт (производство на парашути) от Монтана, стават добри, а после и най-добрите. Ръстът на Уолтопия е свързан и с развитието на няколко други фирми, в които Ивайло и Метин – заедно или поотделно, са акционери и управители – HRT (в която са дизайнът и проектирането на хватките и релефите на стени)²⁵ (съдружие на Ивайло и Метин), и Композит-Х²⁶ (заедно с двамата с 1/3 участва и англичанинът Чарлз Френч, който премества бизнеса си в Летница), която прави хватките за стените (и е базирана на оригиналния цех в Крушуна). Композит-Х има оборот от 2-3 млн. лева и над 100 заети. Ивайло Пенчев е инвеститор в още няколко компании, най-голямата и известна от които е Екстрапак с годишен оборот 40 млн. лева. В нея той притежава 17,64 %. Другите са Скайруут, Квантацея, Воки 2002, Еп-Инвест, Сивилия пропъртис, Сейфти енжиниринг, Сейфти оперейшънс и др.

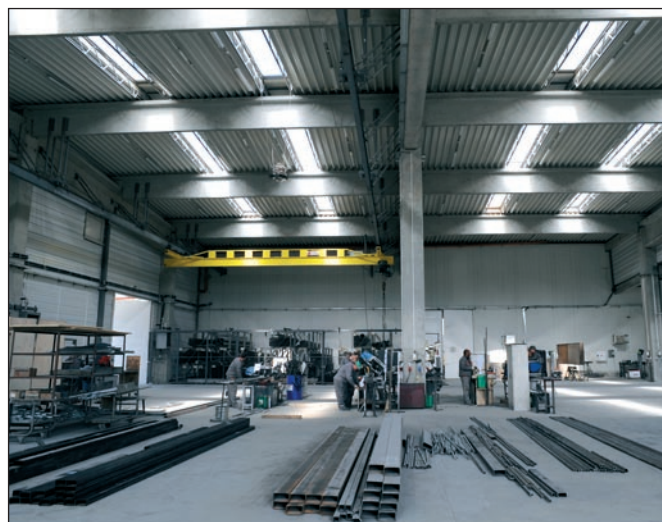
Приказката за Уолтопия започва в един гараж през 1996 г. и се основава на опита на Ивайло и Метин в монтирането на стени по състезания, както и на личния им опит като катерачи. Дълго време (до прелома през 2004 г., когато купуват завод в Крушуна) производството на стени на „Височинни технологии“ е същото, както и на редица други български компании, които впрочем все още произвеждат и изнасят стени (като например М & М 2005) предимно за Германия. Тогава Уолтопия се конкурира ценово с местните конкуренти и на практика не предлага някаква технологична новост. Опитът им на силни външни пазари им дава са-

²⁵ www.hrt-holds.com

²⁶ www.composite-x.com

мочувствие, че могат да наложат собствена марка и да я поддържат с постоянно инвестиране в иновации, а системните поръчки им дават възможност да инвестират в технологично обновление и да се замислят за собствено развитие. В момента фирмата инвестира 5 % от приходите в развойна дейност (която е различна от развойно-инженеринговата дейност по конкретни проекти). Има изградени тесни партньорства с институти на БАН, Физическия факултет на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, фирмите ЕЛТА-Р (която осигурява LED осветление за стените) и ТехноЛогика, които подпомагат Уолтопия с бързо прототипиране, и др.

Уолтопия оказва силно въздействие върху местната икономика, защото още от самото начало наема около 100 души от с. Крушуна и близките села. Все още няколко фирми с голям оборот и заетост са регистрирани в същото село и плащат местни данъци и такси там. Самото присъствие на глобална фирма в такава малка община, която събира на годишни срещи своите търговски представители от цял свят и има визити от чужди клиенти, е достатъчно, за да се развива местен туризъм. Крушунските водопади са допълнителен актив за такова предприемачество. Впрочем, подобен ефект може да се търси и при Ава-спорт – другата фирма, която тръгва от хобито на собствениците и стига до глобалния пазар. Фирмата оперира летище в с. Ерден, малък самолетен парк, и предоставя възможности за спортен парашутизъм на любители от Югоизточна Европа и целия свят.



Европейски съюз

ПРОЕКТ BG051PO001-3.3.05-0001
„Наука и бизнес“

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, съфинансирана от Европейския социален фонд на Европейския съюз

Инвестира във вашето бъдеще!



Европейски социален фонд

СТРАТЕГИИ ЗА ИНТЕЛИГЕНТНА СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ – ПО-ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ НА ИНОВАЦИОННИТЕ ПОЛИТИКИ. ИНИЦИАТИВАТА KNOW-HUB

Интелигентната специализация е стратегически подход на Европейската комисия за подпомагане на икономическото развитие чрез целеви инвестиции за наука и иновации. За периода 2014 – 2020 г. наличието на национална/регионална стратегия за интелигентна специализация ще бъде предварително условие за използването на Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) за реализиране на тези инвестиции.

Стратегиите за интелигентна специализация (Smart Specialisation Strategies) се основават на уникалните конкурентни предимства на всяка държава и регион, на възможностите за високи научни постижения и развитие на иновации в тези приоритетни области и на мобилизирането на публичните институции, науката и бизнеса за постигане на устойчив и ефективен икономически растеж без дублиране на усилия и средства. Подходите за интелигентна специализация са разнообразни и включват:

- обновяване на традиционните сектори чрез дейности с висока добавена стойност и нови пазарни ниши;
- модернизирани чрез внедряване на иновативни технологии;
- развитие на нови икономически дейности чрез радикални технологични промени и пробиви в областта на иновациите;
- използване на нови форми на иновации – т.нар. открити иновации, с водеща роля на потребителите, социални иновации и иновации в областта на услугите.



Проектът KNOW-HUB „Подобряване компетентността на регионите за стратегическо управление на иновационните политики“ по програма INTERREG IV цели да попълни недостига на знания, умения и опит на европейските региони в разработването и прилагането на интелигентни и ефективни стратегии за иновации.

В рамките на проекта 10 региона на ЕС си сътрудничат при прегледа на своите регионални иновационни политики и практики, за да набележат настоящите си проблеми, възможностите за подобрене и съществуващите успешни модели, които да споделят с останалите партньори в рамките на съвместни семинари и специално разработена интернет платформа. **От България в проекта участват двама партньори – Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ и община Габрово.**

Региони и организации, които участват в KNOW-HUB:

- Регион Wielkopolska, Полша (**организация: Adam Mickiewicz University Foundation; Poznan Science and Technology Park**);
- Регион Eszák-Alföld, Унгария (**организация: INNOVA Eszák-Alföld Regional Innovation Agency**);
- Регион Gobierno Vasco, Страна на баските (**организация: Industry, Innovation Commerce and Tourism Department. Basque Government**);
- Регион Nord-Pas de Calais, Франция (**организация: North France Innovation Development**);

- The European Association of Development Agencies;
- Регион Provence-Alpes-Côte d’Azur, Франция (**организация: Méditerranée Technologies**);
- Регион Lower Austria, Австрия (**организация: Lower Austrian Government, Dept. Economic Affairs, Tourism, Technology**);
- Регион Weser-Ems, Германия (**организация: Association of Counties and Cities in the Weser-Ems, represented by the District Ammerland**);
- Регион Banská Bystrica, Словакия (**организация: Banská Bystrica Self-governing Region**);
- Регион Castilla y León, Испания (**организация: Castilla y León Regional Government – Universities and Higher Education Foundation of Castilla y León**);
- Фондация „Приложни изследвания и комуникации“, България;
- Община Габрово, България (**организация: Общинска администрация Габрово**).

KNOW-HUB активно си сътрудничи с инициативата Smart Specialisation Strategies Platform (S3, <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/home>), създадена от ЕК като професионален консултативен орган за новото поколение регионални иновационни стратегии за интелигентна специализация 2014 – 2020.

През изминалата година в рамките на KNOW-HUB бяха осъществени посещения на ротационен принцип в 10-те партниращи региона за преглед и оценка на местните иновационни политики и практики. Установените предизвикателства, инструменти за иновативно развитие и добри практики послужиха за дискусия в две серии от семинари: „Интелигентни стратегии за специализация“ и „Ефективни инструменти на иновационните политики“. Събраният опит от 10-те региона ще бъде публикуван в две практически ръководства с примери за добри практики, установени от KNOW-HUB. В рамките на инициативата се разработва и wiki-базирана информационна платформа (www.know-hub.eu), съдържаща кратки статии по темата, тип Wikipedia, примери за добри практики, блог и бюлетин за важни дейности, свързани със стратегиите за интелигентна специализация и политическите инструменти в ЕС, кратки видео лекции за регионалните иновации и библиотека с интересни публикации и доклади.

Ползите за участващите региони са:

- възможност да стимулират развитието си чрез повишаване ефективността на регионалните политики;
- обмен на умения и знания за управление на регионалните иновационни политики и свързаните с тях инструменти;
- взаимно вдъхновяване от добрите практики на партниращите си региони;
- споделяне на решения за общи проблеми.

KNOW-HUB започна през януари 2012 г. и ще приключи през декември 2014 г.

Повече за KNOW-HUB можете да намерите на страницата на проекта <http://know-hub.eu/>



РАЗВИТИЕ НА СИСТЕМАТА ЗА ИНОВАЦИИ КЪМ БАН

Офис за технологичен трансфер „Информационни и комуникационни технологии за енергийна ефективност“, Институт по информационни и комуникационни технологии

Важен показател за ефективната научна дейност на една научно-изследователска организация от БАН, каквато е Институтът по информационни и комуникационни технологии, е привличането на средства извън тези, които тя има като субсидия. Привлечените средства могат да бъдат: публични средства на базата на държавни фондове; ресурси от индустрията за предоставяне на нов тип продукт или услуга – най-добрият индикатор за иновативност; ресурси, привлечени от международни програми и проекти, демонстриращи капацитета на дадена институция; изградена инфраструктура в научните организации и университетите от фирми и фирмени асоциации. Научноизследователската и научноприложната дейност на ИИКТ – БАН, през 2012 г. се осъществява в рамките на 15 проекта с бюджетно финансиране, 31 проекта, финансирани от Националния фонд „Научни изследвания“ (в 28 от които институтът е водеща организация), 2 проекта, финансирани от Министерството на образованието, младежта и науката и от Министерството на финансите, 16 проекта, финансирани по оперативните програми (като 13 от тях – по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013 г.“, и 3 проекта – по ОП „Развитие на човешките ресурси“), 9 международни проекта (от които 7 са финансирани от Европейската комисия), 5 проекта – ЕБР по междудакадемично и междуинститутско сътрудничество, и 9 договора за приложни изследвания, финансирани от български фирми.

Анализът на относително малкия дял на изпълняваните проекти, в които ИИКТ си сътрудничи с фирми от националното стопанство, показва следното:

- липса на изследователски елемент в повечето проекти, финансирани от български и международни фирми;
- наличие на проекти по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013 г.“, в които Институтът си сътрудничи с фирми, класифицирани като „средни и малки предприятия“, показва потенциал за съвместна работа с бизнеса, който се проявява едва през 2012 г.

Според представители на Офиса за технологичен трансфер посочените констатации подкрепят тезата, че ИИКТ – БАН, работи недостатъчно в полза на местния бизнес и националната икономика, т.е. няма *стабилна връзка „наука – индустрия“*. Необходимо са насочени мерки за преориентиране на научното звено към националната икономика, както и въвеждане на специализирани финансови и други инструменти, които подкрепят създаването на инфраструктура, обслужваща потребностите на икономиката от иновативни разработки, основани на информационни и комуникационни технологии (ИКТ). Базата, на която трябва да се осъществява взаимодействието между научните звена на БАН и бизнеса в България, е *трансферът на технологии*.

Основният модел, по който се извършва трансфер на технологии към предприятията от националното стопанство, се характеризира като резултатно ориентиран. Според него фирмите се насочват към центрове за разработване и внедряване на технологии. Това означава, че трябва да се подобрява диалогът между научноизследо-

вателските центрове и малките, средните и големите предприятия. Необходимостта от съществуването на такъв диалог и неговото подобряване са основната цел на офисите за трансфер на технологии. Създаването на мрежа от подобни офиси е един от аспектите на *националната система за иновации*. Те трябва да осигурят ефикасни връзки, от една страна, между научноизследователските организации и университетите и от друга, между тях и съществуващи предприятия. Най-важните причини за тяхното съществуване са:

- липсата на комуникация между тях;
- съществуването на различна логика между света на бизнеса и академичния свят;
- недостатъчно добре развитата култура на сътрудничество между предприятията и между тях и научноизследователските центрове;
- съществуващата затвореност на бизнеса в рамките на даден регион и възпиращата роля на бюрократичните процеси.

Създаването на офиси за технологичен трансфер (ОТТ) е един от основните инструменти за стимулиране на технологичното предприемачество и посредничество чрез разработването на механизми за трансфер на знание и нови технологии от научните организации, академичните среди и технологичните звена към наукоемките предприятия, чиято дейност и устойчиво развитие се основават именно на достъпа до резултатите от научноизследователската и развойната дейност (НИРД).

ОТТ „ИКТ за енергийна ефективност“ – елемент от създаваща се система за иновации към БАН

Българската академия на науките като основна научноизследователска организация в Република България трябва да играе първостепенна роля при създаването на национална система за иновации в България, като допринесе за изграждането на нейната инфраструктура. В рамките на БАН вече е поставено началото на инфраструктура на система за иновации чрез създаването на ГИС-Трансфер Център. Фондация ГИС-Трансфер Център е първата и единствената организация в България, която със своята мрежа от 12 центъра за трансфер обхваща основните сектори на икономиката и науката и подпомага процеса на технологичен трансфер на конкурентоспособни научноизследователски продукти, консултации и експертизи с акцент към малките и средните предприятия. ГИС-Трансфер Център работи в тясно сътрудничество с фондация „STEINBEIS“ – Германия, която е и сред основните учредители. Основният екип на фондацията включва хабилитирани лица, инженери, икономисти и юристи с повече от 20 години доказан практически опит, както и млади стажанти, научни работници и експерти. Развитието на тази инфраструктура продължава със спечелването на проекти от няколко различни звена на БАН по процедура BG 161PO0003-1.2.02 „Създаване на нови и укрепване на съществуващи офиси за технологичен трансфер“ от Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската



икономика" 2007 – 2013 г. **Институтът по информационни и комуникационни технологии – БАН**, е бенефициент по договор № BG 161PO0003-1.2.02-0001-C0001 за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за изпълнение на проект „Създаване на офис за технологичен трансфер „Информационни и комуникационни технологии за енергийна ефективност (ИКТЕЕ)“. Създаваният офис за технологичен трансфер е член на мрежата от трансферни центрове, развита от ГИС-Трансфер Център.

Визията за развитие на Офиса за технологичен трансфер ИКТЕЕ е насочена към създаването на устойчива комуникационна инфраструктура за подпомагане на разработването на иновативни продукти в областта на енергийната ефективност на базата на ИКТ. Тя ще създаде мост, от една страна, между научноизследователски институти, университети, лаборатории, консултантски фирми и от друга, производители и ползватели на високотехнологични енергоспестяващи продукти. Прилагането и разпространяването на нови разработки, познания и тенденции, свързани с енергийната ефективност в националното стопанство и на добри практики на трансфер на технологии, целят да допринесат за създаването на устойчива иновативна бизнес среда, която да е част от националната иновационна система.

Основна характеристика на Офиса за технологичен трансфер ИКТЕЕ са налагането и провеждането на системен подход при разглеждане на иновационния процес. Това е главната ос, около която се разработва методологията на проекта. Предлагането на иновативни решения в областта на енергийната ефективност изисква използване на нови технологии като ИКТ. Затова ОТТ ИКТЕЕ се разглежда като част от множество от *технологични агенти*, които предлагат трансформиране на познанието в технология и осигуряване на нейното внедряване в предприятията с цел по-висока конкурентоспособност. Тези технологични агенти се срещат с агенти за енергийна ефективност или иновативни агенти на предприятията, които описват възможностите за повишаване на тяхната енергийна ефективност. Създаването на ОТТ ИКТЕЕ се разглежда в една методологична рамка за осигуряване на иновации, в която *технологичният агент* играе централна роля при създаване на технологични и управленски иновации. Информационните и комуникационните технологии играят водеща роля при генериране на иновативни решения и продукти, свързани с осигуряването на енергийна ефективност.

Мисията на ОТТ ИКТЕЕ е да се отговори на основните предизвикателства, които са поставени пред икономиката на Република България и са отразени в стратегическите документи за икономическо развитие на общинско, национално и европейско равнище:

1. Основното направление от дейността на ОТТ ИКТЕЕ е свързано с развитието на иновативни дейности в областта на високите технологии, което ще допринесе на **общинско равнище** за изпълнение на *Стратегическа цел 1* – „Ускорен и устойчив икономически растеж и развитие на икономика на знанието и информационното общество за постигане на средните равнища на развитие на подобни административно-териториални единици в ЕС“. Част от постигането на тази цел предполага осигуряване на условия за растеж чрез иновации и трансфер, създаване и внедряване на високи технологии, конкретно планирани в *Приоритетна ос 1 – цел 1*: „Създаване на благоприятна среда за развитие на модерни и високотехнологични отрасли на местната икономика“, чието изпълнение пряко се свързва със създаване и развитие именно на офиси за технологичен трансфер в областта на високите технологии, което е и основната цел на настоящия проект.

Дейността на ОТТ ИКТЕЕ се свързва и с цел 2 и цел 3 на тази приоритетна ос, тъй като развитието на иновативни дейности не може да се осъществи без прякото участие на представители на академичната наука (концентрирани в институтите на БАН и университетите на територията на Столична община). Тяхната съвместна дейност в рамките на ОТТ ИКТЕЕ ще окаже влияние върху:

- научноизследователската дейност в областта на ИКТ и тясно-то прилагане за целите на енергийната ефективност в различни сектори на икономиката, където има остра необходимост от пробив в това направление, като енергетиката, транспорта, строителството и машиностроенето;
 - ще даде възможност да се привлече капацитетът на международната научна общност (българските учени са неразделна част от многобройни международни консорциуми и са равностойни партньори при решаване на различни конкретни задачи) за намиране на целесъобразни ефективни иновативни решения;
 - ще допринесе за укрепване на МСП в областта на наукоемките услуги както на българския пазар, така и на международния (Стратегия за развитие на Столична община, с. 21-25).
2. На **национално равнище** ОТТ ИКТЕЕ е съобразен с Националната стратегическа рамка, приоритет 3 – „Насърчаване на предприемачеството, благоприятната бизнес среда и доброто управление“, тъй като пряко е свързан със стимулиране на научноизследователската, технологично-развойната и иновационната дейност на промишлеността по отношение на енергийната ефективност, на сътрудничеството между центровете за изследователска и развойна дейност, университетите и предприятията; осъществяване на подкрепа на фирмите за решаване на проблеми от сферата на енергийната ефективност чрез внедряване на иновативни продукти на базата на ИКТ (с. 83, НСРР).
 3. ОТТ ИКТЕЕ чрез своите цели и функции пряко отговаря на приоритетите на стратегия „Европа 2020“ – „Интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“ за постигане на икономически и социален ръст чрез развитието на иновации, интелигентни производства и услуги, които създават нови и нов тип работни места – една от основните стратегически цели на програмата. Планираните дейности и услуги на ОТТ ИКТЕЕ са пряко свързани с постигане на основните цели на стратегията „Европа 2020“: 1) **Съюз за иновации** – подпомагане трансфера на знания в системата „наука – практика“, подпомагане дейността на МСП да разработят и предоставят високотехнологични продукти и услуги в приоритетни области, свързани с енергийната ефективност, и т.н.; 2) **Енергийна ефективност** – съхраняване на ресурсите на планетата, което има отношение и към съхраняване на околната среда. От посоченото дотук е ясно, че ОТТ ИКТЕЕ ще допринесе за реализацията на европейската стратегия на национално равнище.

Принципи на ОТТ ИКТЕЕ

В дейността на ОТТ ИКТЕЕ ще бъдат следвани следните ключови принципи за успешно управление на връзката „наука – бизнес“, което ще насърчи иновативните дейности на предприятията и увеличаването на броя на разработените и успешно реализираните на пазара от тях иновативни продукти, процеси и услуги:

- съсредоточаване на усилията върху специфични бизнес резултати и проблеми;
- селективно включване в иновационните процеси на широк кръг специалисти;



- стимулиране на интерактивното взаимодействие между различни участници;
- следване на добре структурирани процеси (ефективно изследване на идеите, подбор и набелязване на добрите идеи);
- поощряване на специалистите, които се включват активно в иновационните процесите (лесен достъп чрез интернет мрежи и ИТ система за управление на идеи);
- предприемане на инициативи за управление на идейни проекти;
- споделяне на идеи в рамките на партньорството, осигурено от ОТТ ИКТЕЕ.
- организационно изграждане на ОТТ ИКТЕЕ;
- представяне на ОТТ ИКТЕЕ в интернет пространството;
- представяне на ОТТ ИКТЕЕ пред представители на целевите групи;
- осигуряване на инфраструктура за нормалното функциониране на офиса;
- подбор на колектив за разработване и внедряване на виртуален офис за технологичен трансфер;
- подбор на проблеми за решаване в областта на енергийната ефективност: избор на два от тях за цел на два проекта, които да разработят прототипи на иновативни продукти на базата на ИКТ, осигуряващи ефикасни решения на тези проблеми;
- подбор на два колектива за изпълнение на двата проекта и определяне на финансовата рамка на проектите, които ще се финансират от ОТТ ИКТЕЕ;
- встъпителен и междинни отчети за всяка изпълнена дейност и окончателен отчет за развитие на офиса за технологичен трансфер.

Специфични цели на ОТТ ИКТЕЕ

1. Създаване и устойчиво развитие на Офиса за технологичен трансфер ИКТЕЕ.
2. Насърчаване на иновациите в областта на енергийната ефективност чрез използване на ИКТ.
3. Осъществяване на ефективна връзка между научноизследователски организации, стопански субекти, държавни органи и институции и неправителствени организации, имащи отношение към ИКТ и енергийната ефективност (ЕЕ).
4. Осъществяване на трансфер на научни решения на проблеми на ЕЕ с помощта на ИКТ от научноизследователски колективи към стопански субекти с акцент към малки и средни предприятия (МСП), регионални и национални администрации.
5. Изграждане на структура от трансферни центрове за прилагане на ИКТ в ЕЕ според принципите на пазарната икономика за комерсиализиране на иновативни ИКТ продукти за целите на енергийната ефективност.
6. Подпомагане и стимулиране на НИРД по създаване на иновационни продукти за енергийна ефективност на базата на ИКТ.
7. Събиране и разпространяване на информация за иновационни продукти за целите на енергийната ефективност.
8. Защита на интелектуалната собственост на иновационни продукти на научноизследователски организации, предназначени за български предприятия, общински и държавни организации.

Създаването на ОТТ ИКТЕЕ предполага постигането на следните ползи:

- достъп до инфраструктура, услуги и висококачествено съдържание и интерактивност;
- постигане на реално разнообразие на информационните канали чрез осигуряване на виртуални комуникации и общности и създаване на виртуални светове;
- създаване на вибрираща, плуралистична публична сфера, която взема под внимание различните гледни точки на малки групи;
- ориентиране към дискусия за разлика от класическите медии, които са насочени към разпространяване на информация;
- насърчаване на иновативните дейности на предприятията – увеличаване на броя на разработените и успешно реализирани на пазара иновативни продукти, процеси и услуги от страна на предприятията;
- подкрепа на участието на целевите групи в иновационния процес чрез създаване на непрекъснати (виртуални) връзки;
- обмяна на най-добрите практики;
- развитие на експортния профил на предприятията, ползващи услугите на подкрепения офис за технологичен трансфер.

В краткосрочна перспектива до една година приоритетите за развитие на ОТТ ИКТЕЕ са следните:

- ремонтване и обзавеждане на помещенията, предназначени за ОТТ ИКТЕЕ;

Приоритетите в рамките на втората година са:

- осигуряване на информационни, консултантски, финансови и технологични услуги от страна на ОТТ ИКТЕЕ;
- разработване и внедряване на виртуален ОТТ ИКТЕЕ;
- създаване на информационна база на организации, специалисти, консултанти, учебни заведения, които подпомагат или са склонни да подпомогнат дейността на ОТТ ИКТЕЕ, и увеличаване на техния брой;
- създаване на мрежа ОТТ ИКТЕЕ и включване в национални и международни мрежи за иновации, предприемачество и технологичен трансфер;
- тестване на създадените прототипи и оценка на техните качества и недостатъци;
- изработване на маркетингова стратегия на ОТТ ИКТЕЕ и изграждане на маркетингово звено;
- участие в национални и международни изложби и бизнес форуми, посветени на предприемачеството и енергийната ефективност;
- популяризиране на нови технологични и научни постижения в областта на ИКТ и енергийната ефективност.

Приоритетите за развитие на ОТТ ИКТЕЕ в дългосрочна перспектива са:

- повишаване на качеството и увеличаване на видовете услуги, които се предлагат;
- осигуряване на външни за предприятията източници на идеи за иновации;
- включване в системи за иновации на регионално равнище;
- да играе ролята на технологичен агент в националната система за иновации, изградена на базата на БАН;
- да спомага за сключване на меморандуми за разбирателство;
- участие в европейски програми за развитие на иновациите и енергийната ефективност;
- подпомагане на достъпа до външно финансиране и подкрепа от инвестиционни фондове;
- създаване на нови фирми в резултат на осъществено партньорство между научноизследователски организации и МСП;
- подобряване на функциите на виртуален ОТТ ИКТЕЕ;
- помощ при защита на интелектуалната собственост;
- популяризиране на фирмите и тяхната иновативна продукция в областта на енергийната ефективност.



ПРЕДСТОЯЩО



Петият глобален форум по иновации и технологично предприемачество²⁷ е събитие, което събира представители на световната общност от предприемачи в техно-

логичния сектор с цел обмен на добри практики, създаване на партньорства и разработване на иновативни практики. Форумът, който се провежда веднъж на всеки две години в различни държави – Индия (2004, 2006), Бразилия (2009), Финландия (2011), през 2013 г. ще бъде в Източен Лондон, Южна Африка, на 28-30 май. Организатор на събитието е Световната програма за развитие на Световната банка infoDev, чиято основна цел е да развива предприемачеството като двигател за устойчив растеж и заетост. Темата на тазгодишния форум е потенциалът на иновациите за социално и икономическо развитие, а домакин на събитието е Държавният департамент за наука и технологии на Южна Африка.

Глобалният форум по иновации и технологично предприемачество традиционно привлича повече от 500 мениджъри на бизнес инкубатори, политици, предприемачи, финансисти и представители на агенции за развитие от всички континенти. Участниците в мероприятията имат възможност да се запознаят с нови бизнес модели, идеи и методологии, както и да разширят мрежата си от контакти с професионалисти със сходни бизнес интереси от други държави и индустрии.

Програмата на Глобалния форум включва както общи мероприятия, така и задълбочени дискусии и специални сесии за



създаване на бизнес контакти, организирани на тематичен и регионален принцип. Добавеното от infoDev през 2009 г. обучение по бизнес инкубация ще се проведе за пореден път и през 2013 г. поради продължаващия силен интерес. Форумът прилага и добри практики от други световни събития като например успешни стилове на модерирание на панелни дискусии (Davos style) и презентирание (TED talks), работа в малки групи и дистанционно участие.

На този форум ще бъде представена фирма „Робопартанс“²⁸ от България като една от топ 50 технологични фирми във възникващите пазари.

На 30-31 май 2013 г. в Милано, Италия, ще се състои **уъркшоп** на тема „**Въздействието на възникващите мултинационални компании върху световното развитие**“. Мероприятието се организира от Факултета по мениджмънт, икономика и индустриално инженерство на Политехническият университет в Милано. Темите за дискусията включват:



- стратегии за разширяване на бизнес дейността в нови държави и въздействие върху икономическото развитие на съответната държава;
- мотивация, естество и последствия от взаимодействието на

възникващи мултинационални компании с местни фирми, както и с частни и публични организации;

- предизвикателства, свързани с разликите в културата и бизнес практиките между различни държави и региони;
- различното икономическо и социално въздействие на възникващите мултинационални компании върху развитата страна на майка и развиващата се страна домакин;
- фактори, спомагащи и засилващи положителното въздействие върху социалната среда и човешките права в страната домакин;
- влияние на държавните политики върху въздействието на възникващите мултинационални компании.

Основни гост-лектори в рамките на уъркшопа са Рави Рамамурти, професор по международен бизнес и стратегическо развитие в Североизточния университет в Бостън, Масачузетс, и Сума Атрей, професор по международни бизнес стратегии в лондонския университет „Брунел“. Таксата за регистрация е 120 евро, а преференциалната цена за участие на докторанти – 60 евро. Тъй като една от основните цели на уъркшопа е да спомогне за изграждането на мрежа от контакти във въпросната изследователска област, изпращането на научен труд не е задължително предварително условие за участие.

Asia Pacific Journal of Management кани всички заинтересовани да изпращат научни изследвания на тема „Мултинационални компании от развиващи се страни и ефекти на средата в държавата майка: има ли значение произходът?“. Крайният срок за подаване на документи за участие е 1 декември 2013 г., а планираната дата на публикуване на одобрените кандидатури ще бъде през месец юни 2015 г.

Редакторският борд на научното списание вярва, че съществуват големи възможности за по-добро разбиране на въздействието на средата в държавата майка върху различните бизнес процеси и решения за експанзия на възникващи мултинационални компании. С цел развитие на теорията в тази сфера Asia Pacific Journal of Management кани учени от цял свят да изпратят теоретични и емпирични разработки, свързани с множество въпроси по тематиката, като например:

- Как възникващите мултинационални компании използват политически и социални връзки в страната майка, за да спечелят достъп до или първенство на чуждестранни пазари?
- Какво въздействие оказват институционалната рамка и ресурсната база в страната майка върху организационното развитие и способността за чуждестранни инвестиции?
- Как възникващите мултинационални компании използват чуждестранния си опит, за да повлияят върху институционалното развитие в страната си на произход?
- До каква степен и по какъв начин правителствата на държави с развиващи се пазари влияят на мултинационалните компании?
- Има ли и каква е разликата в инвестиционната стратегия на публични и частни възникващи мултинационални компании?
- Каква е ролята на формалните и неформалните институции в страната майка за скоростта и степента на интернационализация?

²⁷ <http://www.globalforum2013.co.za/>

²⁸ <http://robopartans.com/>

ARC FUND

Фондация „Приложни изследвания и комуникации“
ул. „Александър Женгов“ № 5, София 1113
тел. (02) 973 3000 ■ факс (02) 973 3588
www.arcfund.net

