



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
Европейски фонд
за регионално развитие
Инвестираме във вашето бъдеще



НАЦИОНАЛНА
СТРАТЕГИЧЕСКА
РЕФЕРЕНТНА РАМКА
2007 – 2013

www.eufunds.bg



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„Развитие на конкурентоспособността
на българската икономика” 2007-2013
www.opcompetitiveness.bg

Медиен мониторинг

23 декември 2013

Документът е изготвен съгласно договор за възлагане на обособена позиция № 2 „Извършване на медиен мониторинг и изработване и предоставяне на контент анализ на публикациите и излъчванията в печатните и електронни медии по теми, свързани с ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007-2013” от обществена поръчка с предмет: „Социологически проучвания за изпълнение, мониторинг и оценка на Комуникационния план на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика” 2007 – 2013”

ЕСТАТ ООД, С ПОДИЗПЪЛНИТЕЛ МЕДИЯЗУУМ ООД



Медиен мониторинг

23 декември 2013

Съдържание

Медиен мониторинг – обобщение	3
Телевизии и радиостанции	4
Няма намерена информация.....	4
Национални печатни медии.....	5
Няма намерена информация.....	5
Регионални печатни медии.....	6
Няма намерена информация.....	6
Периодични печатни издания.....	7
Източник: сп. Enterprise	7
Заглавие: Бизнес софтуерът в българското "първобитно-общинно информационно общество"7	
Източник: сп. Enterprise	11
Заглавие: Gameleon превръща създаването на видеоигри в занимание, достъпно за всеки .	11
Източник: сп. Enterprise	13
Заглавие: Българската фирма farmhopping ще променя начина, по който земеделската продукция идва в домовете ни	13
Интернет издания и блогове.....	15
Източник: www.investor.bg	15
Заглавие: България е усвоила малко над половината от евросредствата към 2013 г.	15
Източник: www.klassa.bg	17
Заглавие: Правителството спаси €237 млн. от ЕС	17
Източник: www.monitor.bg.....	18
Заглавие: Приеха оставката на шефката на „Околна среда”	18

Медиен мониторинг – обобщение

23.12.2013 г. г.

Вид медия	Брой материали
Общо за електронните медии, от които:	0
• Телевизии	0
• радиостанции	0
Общо за печатните и интернет базираните медии, от които:	6
• вестници, от които:	0
- национални	0
- регионални	0
• периодични издания	3
• интернет издания и блогове	3
Общо за деня	6

Телевизии и радиостанции

Няма намерена информация.

Национални печатни медии

Няма намерена информация.

Регионални печатни медии

Няма намерена информация.

Периодични печатни издания

Дата: 23.12.2013

Източник: сп. Enterprise

Страница: 42,43,44,45,46,47

Брой думи: 2323

Резюме: 17 години след старта на ERP (Enterprise Resource Planning) бизнесът в България, основното събитие за изминалите 2012-2013 г. е финансирането на проекти с пари на европейските данъкоплатци по линия на Оперативна програма "Конкурентоспособност" (ОПК). Според агенцията за независими пазарни и бизнес проучвания CBN - Pannoff, Stoytcheff & Co, нито броят, нито обемът им обаче достигнаха очакваните мащаби за необходимостта на реалния бизнес в страната. Една от големите въпросителни за над 60-те интегратори на бизнес софтуер в България е: "Сега накъде?" Неизвестните се увеличават и от кризисната обстановка в държавата, което води до намаляване или спиране на важни проекти и планове за развитие.

Заглавие: Бизнес софтуерът в българското "първобитно-общинно информационно общество"

Подзаглавие: Без адекватна държавна подкрепа, софтуерният бизнес продължава успешно да плува в мътни води.

Автор: Ваню КРЪСТЕВ

Текст: 17 години след старта на ERP (Enterprise Resource Planning) бизнесът в България, основното събитие за изминалите 2012-2013 г. е финансирането на проекти с пари на европейските данъкоплатци по линия на Оперативна програма "Конкурентоспособност" (ОПК). Според агенцията за независими пазарни и бизнес проучвания CBN - Pannoff, Stoytcheff & Co, нито броят, нито обемът им обаче достигнаха очакваните мащаби за необходимостта на реалния бизнес в страната. Една от големите въпросителни за над 60-те интегратори на бизнес софтуер в България е: "Сега накъде?" Неизвестните се увеличават и от кризисната обстановка в държавата, което води до намаляване или спиране на важни проекти и планове за развитие.

Виждането на българската анализаторска компания е, че водещите компании от сегмента трябва да увеличат рязко инвестиции в маркетингови и образователни програми, ако искат да запазят донякъде добрите резултати в балансите си от последните две години, както и набравия темп на развитие. Винаги печеливш в такива условия е агресивният маркетинг, който залага на активно търсене на клиенти, но се изискват визия и други умения, както и голяма доза риск.

"Важно според нас е и да се спре с общите приказки и самоизтъкване, защото това е безсмислен разход на ресурс и загуба на доверие. Реалният работещ бизнес в страната в момента е притиснат от много обстоятелства и иска факти и резултати относно съвсем не евтините инвестиции в бизнес софтуер", коментираха за Enterprise от агенцията.

Българския ИТ бизнес - щрихи от портрета

Преди обаче да се опитаме да хвърлим обзорен поглед на пазара на бизнес софтуер у нас, по-специално на ERP, CRM (Customer Relationship Management) и BI (Business Intelligence) системите, е хубаво да се запитае какво направи сега действащото правителство за българския ИТ сектор. Без да коментираме времето, за което управлява, и без да игнорираме необходимостта от модернизация на останалите сектори, единствената промяна, която се случи, бе отпадането на фирмите в сектор "Информационни технологии" от приоритетите (при оценка на проектите) за технологична модернизация на малките и средните предприятия. Както знаем, Оперативна програма "Развитие на конкурентоспособността на българската икономика" се стреми да осигури допълнително финансиране на приоритетни за развитието на националната икономика отрасли. В момента е отворен новият прием на проекти и в него е видно, че информационните технологии в България не са в светлините на прожекторите на управляващите, още повече че и в приетият държавен бюджет няма една дума за тях. Ако прегледаме дейностите на управляващите 13 години назад, ще разберем защо е очевидно за всички от бранша, че политическата класа не се справя с информационните технологии у нас, а и не желае да го прави.

И така - проблемите на ИТ бизнеса са в ръцете на самия ИТ бизнес и никъде другаде. Страната ни в момента, според Людмил Стойчев от CBN, е в "първобитно общинно-информационно общество". Очевидно е, че колкото по-технологично напредва една държава, толкова повече бизнес има за технологичните фирми и броят на новите технологични възможности нараства

лавинообразно. Увеличават се и капиталовите разходи, които останалите отрасли правят в ИТ отрасъла, докато в момента те са малки - например българският туризъм не желае да инвестира в информационни технологии, въпреки че е милиардна индустрия. Да не говорим, че държавните предприятия в структуроопределящите индустрии, които са в ръцете на българските мениджъри, са в плачевно състояние и също като цяло не инвестират в ИТ.

След последния прием на Техническия университет в София се оказа, че повече са минните, отколкото софтуерните инженери и по-големите български ИТ фирми поемат образованието в свои ръце, като отделят ресурси за ИТ академии. Това са най-основните щрихи в портрета на българския ИТ бизнес, които ще ни подсказват как ще продължи неговото изобразяване върху платното на родната, а и на глобалната икономика.

ERP проектите в България: най-важните резултати, тенденции и развитие на пазара

Определено европрограмите катализираха голям брой внедрявания на бизнес софтуер у нас. Благодарение на тях, много фирми се възползваха и внедриха ERP и CRM системи. Това даде ускорение в развитието на доставчиците и производителите на тези продукти през 2012-2013 г. - по безвъзмездната финансова помощ към **ОПК** бяха подписани 148

договора. Успоредно с това имаше компании, които чрез собствено финансиране също закупиха бизнес софтуер. Резултатите от ежегодното X1X-то поредно национално проучване "ERP пазарът в България: 1996 - 2013 (прогнози)" на CBN - Pannoff, Stoytcheff & Co показват, че успешни ERP проекти са внедрени в клиенти от 50 вертикални индустриални сегмента, базирани в 106 населени места в България.

Към средата на 2013 г. двадесет и седем международни и български доставчици са предлагали ERP системи на пазара в страната. Общо 69 са интеграторите, които могат да осигурят внедряване на ERP сред крайните клиенти. Очаквано най-многобройни са групите на интеграторите, предлагащи ERP системи на трите най-големи световни имена в ERP бизнеса - Microsoft, Oracle и SAP.

В проучването на CBN се вижда, че в някои вертикални индустриални сегменти, започват да се очертават интегратори - лидери по брой реализирани успешни проекти с пазарен дял до над 20-25%. Това осигурява известно предимство на следващите клиенти, които могат да използват опита, натрупан с годините и успешните проекти.

Аналогично е положението при вендорите. Особено изяви разлики в пазарния дял в страната се виждат сред клиентите от малкия и среден бизнес, както и сред клиентите от големия бизнес на ERP решения в страната. Определени вертикални решения на някои водещи вендори дори достигат до 45-50% пазарен дял от успешните ERP проекти.

На фона на всички тези цифри е добре да се запитаме кои бяха най-значимите тенденции на българския пазар на бизнес софтуер през настоящата година? Първата и най-резонна е, че и чуждестранни и български производители продължиха да развиват функционалностите на своите ERP системи и то с големи темпове. Посоката, която те следваха през годините, бе към създаването на единни платформи, които да включват всички необходими на съвременния бизнес компоненти - оптимизирани за Big Data бази данни, Business Process Management, Master Data Management, Cloud Computing и Software as a Service (SaaS) услуги, приложения за бизнес анализи и мобилност, in-memory технологии и много други.

"Основните двигатели за подобно развитие си остават разрастващите се индустрии и отворените пазари, в които работят стабилни компании, нуждаещи се от мощен софтуер за управление на бизнеса", коментираха от Варна Бизнес Сървисис (VBS). Компаниите, които вече разполагат с подобен софтуер (локално или глобално), от своя страна се нуждаят от качествена поддръжка и доразвитие на системата от квалифицирани и опитни консултанти в съответната област.

Именно силните, образовани и добре организирани екипи на някои внедрители на ERP системи стояха зад успехите им през 2012-2013 г. Разширяването на ядрото от опитни кадри ще е ключова задача пред тях през следващите години, ако искат да посрещнат успешно нуждите на бизнеса, който започва да мисли за ERP системите не като за "добре е да ги има", а като за "трябва да ги има" и "вече можем да ги имаме по-лесно".

"Засили се нуждата не просто от ERP софтуер, а такъв, с който се работи лесно и навсякъде. Тежките и трудни за достъпване системи за управление на бизнеса вече са в миналото. Едно съвременно ERP решение трябва да работи еднакво добре, както онлайн, по метода "софтуер като услуга", така и през разнообразни мобилни устройства", сподели Иван Аржентински от българския разработчик ERP. BG. Според него, мениджърите се нуждаят от достъп до информацията за своя бизнес по всяко време, независимо къде се намират, а техните служители - трябва да изпълняват задачите си без значение дали са в офиса или в командировка. Над 60% от всички нови клиенти на компанията са избрали работата в облака

като предпочитан метод. "Очакваме тази тенденция да се запази и занапред", коментира още Аржентински.

Необходимостта от бизнес софтуер неминуемо се засилва и това е дългосрочна тенденция. Кризата повиши конкурентния натиск върху фирмите. Те имат нужда от по-голяма софтуерна автоматизация при запазване гъвкавостта и мобилността на бизнеса, за да откликват успешно на пазарното търсене. Съвременните ERP системи не трябва да изискват тежки интеграции и придобиване на скъпо ИТ оборудване. Бъдещето е на комплексните решения, които могат лесно да се управляват и да са достъпни отвсякъде.

"През настоящата година регистрираме силен ръст както на запитванията, така и на реално стартираните проекти. Ръстът на запитванията ни показва, че пазарът като цяло расте, но точните цифри ще видим догодина. В случай, че тази атмосфера се запази, очакваме относително стабилен ръст и за следващата година, макар и не с такива темпове", прогнозира Аржентински.

CRM бизнесът все още е в начална фаза, без критична маса клиенти

Пазарът на CRM решения в България продължава успешното си представяне дори в условията на икономическа криза. Подпомогнат е, разбира се, и от стартиралото миналата година безвъзмездно финансиране по **ОПК** (23% от проектите са за пряко финансиране на внедряване на CRM).

Според резултатите от годишното проучване на CBN в началото на 2013-та общо 23 международни и български доставчици предлагат CRM решения на родния пазар. 49 са интеграторите, които пък предлагат внедряване сред крайните клиенти в България. Тук също най-многобройни се оказват интеграторите, предлагащи CRM в страната на три от най-големите имена в индустрията - Microsoft, Oracle и SAP.

Успешни CRM проекти работят в компании от 34 вертикални индустриални сегмента, базирани в 20 града в България. Прави впечатление, че CRM клиентите по индустрии са разпръснати значително по-равномерно от тези с внедрени BI решения. Индустрията с най-голям дял държи 12% от всички CRM инсталации. Макар и при вендорите и при интеграторите да има вече формални лидери, предпочитани от клиентите в страната, пазарът е много чувствителен и видимо лесно пробиваем от нови продукти, особено в ниския ценови сегмент и при по-агресивни компании. Както и при пазара на BI решения, големите имена в бизнеса, макар и бавно, успяват да постигнат по-добри резултати в тяхна полза, подпомогнати и от факта, че са по-разпознаваеми сред чуждестранните инвеститори в България.

Към настоящия момент се налага извод, че фирмите в страната нямат опит и реална представа какво е CRM, как се работи с него и какви са конкретните ползи. Бизнесът все още е в начална фаза, без критична маса клиенти. Според анализатора предстоят още размествания, за което спомага и обстоятелството, че някои ключови играчи работят понякога мудро и самовлюбено, вследствие на някоя по-голяма сделка. Липсва ясна визия и познаване на пазара в страната, като се разчита основно на инерция. Това отваря място за по-агресивните участници, които все повече могат и печелят позиции. "Очевидно ни предстои да наблюдаваме интересни моменти в развитието на този сегмент", е коментарът в ежегодното проучване на CBN.

Gartner също очаква много сериозни промени през следващите две години, но в глобален мащаб. Анализаторът предвижда броят на мобилните CRM продукти, достъпни през магазините за мобилни приложения, да достигне 1200 през 2014 г. За сравнение през 2012-та техният брой е бил около 200. През 2016 г. повече от половината от оборота на някои софтуерни CRM решения ще се генерира чрез модела Software as a Service.

BI решенията са като цяло непознати на българския бизнес

Силно финансово зависими проекти, хаос около функциите на вендорите и интеграторите и отсъстващ или далеч под необходимото ниво маркетинг - това в най-общи линии характеризира BI пазара в страната. Като сравнително нов, той изостава силно от този на ERP решения - около 10% от компаниите с ERP система работят с Business Intelligence продукт.

Старта на BI пазара у нас бе през 2000 г., когато в България е била извършена първата инсталация. Понастоящем вендорите на тези решения в страната са 21, от които само 13 имат реални клиенти. От тях 12 са чуждестранни и един български. 44 са интеграторите на Business Intelligence на родния пазар, а най-силната година до момента, според проучванията на CBN, е била 2009 г. Тогава са били започнати и завършени 28 инсталации.

Големият брой BI интегратори и това, че вендорите у нас работят с повече от един партньор, навежда на мисълта, че пазарът е силно конкурентен и по-равномерно разпределен, но всъщност е точно обратното. Той е силно концентриран и данните на CBN показват, че 76 на сто от общия брой инсталации се държи от три вендора, 63% от общия брой инсталации пък е реализиран от три интегратора.

Най-много BI продукти се използват от доставчиците на услуги (8 вендора, 16 интегратора, 56 реализирани проекта), след който се нареждат търговията и производството, като последното е със сериозен потенциал за развитие. Общо Business Intelligence продукти се използват в 31 индустриални сектора. Финансовият, както винаги, е водещ - 32 реализирани проекта от 10 интегратора, с решенията на 7 вендора. Следват го хранително-вкусовата индустрия и търговията на дребно. Данните на CBN показват, че най-много BI решения има в големите организации - 51 са общо завършените проекти, реализирани от 16 интегратора, с решенията на 8 вендора.

Прогнозите за близкото и малко по-далечното бъдеще на BI пазара у нас са по-скоро негативни. Индикатор за това може да бъде фактът, че за безвъзмездното финасиране по **ОПК** имаше постъпил само един Business Intelligence проект (2012-2013 г.), което означава, че подобен род проекти още не са напълно осъзнати като необходимост. Освен това, за същия период, чуждестранните инвестиции в Българската икономика отбелязват спад от 37 на сто, което е особено важен показател, когато става дума за BI, тъй като най-добрите клиенти на такива решения в страната са именно чуждестранните компании.

Успешно плуване в мътни води

Предвид общата макроикономическа ситуация в България е трудно да се направят позитивни изводи за това, дали страната ни ще тръгне да надраства сегашното "първобитно-общинно информационно общество", в което се намира. В подобни общества може да процъфтява единствено търговията на дребно и икономиката ни го потвърждава - търговията на дребно у нас е с ръст през второто тримесечие на настоящата година (+1,7%). Останалите сфери - индустрия, строителство и услуги вървят надолу със съответно -3,6, -5,8 и -1,0%. Броят на безработните в страната е нараснал с 12 хил. за последната година, от август 2012-та до август 2013-та. За същия период държавният бюджет е намалял с 321 млн. лв., фискалният резерв - с 2,2 млрд. лв. Най-общо това е макроикономическия фон, върху който могат да се изобразят успехите на компаниите, опериращи на българския пазар на бизнес софтуер. Тук отново се налага извод, че държавата е абдикирала от всякакви благотворни спрямо българския бизнес политики и, че проблемите на днешните са проблеми на самите днешни се. С тази разлика, че повечето компании, правещи и внедряващи бизнес софтуер, както и повечето от останалите компании от българския ИКТ бизнес, са се образували в това как да плуват добре в мътни води.

Дата: 23.12.2013
Източник: сп. Enterprise
Страница: 48,49,50,51
Брой думи: 1038

Резюме: Румънската стартираща фирма, която получи финансиране от българския акселератор Eleven, пусна официално своя редактор за игри преди броени дни.

Представи си един фантастичен свят, превърни го в игра и се забавлявай в него с приятели" - това е първото послание, което посетителите виждат на уебсайта на румънската фирма Gameleon. А от компанията са убедени, че наистина могат да превърнат създаването на видеоигри в нещо достъпно практически за всеки, при това не само за забавление, а и когато става въпрос за сериозни бизнес проекти. Това означава, че ако успеят в плановите си, основателите на стартиращата фирма на практика ще създадат един нов нишов пазар, също както потребителите на тяхната система могат сами да създават въображаеми геймърски светове.

Заглавие: Gameleon превръща създаването на видеоигри в занимание, достъпно за всеки

Подзаглавие:

Автор: Александър АЛЕКСАНДРОВ

Текст: Румънската стартираща фирма, която получи финансиране от българския акселератор Eleven, пусна официално своя редактор за игри преди броени дни.

Представи си един фантастичен свят, превърни го в игра и се забавлявай в него с приятели" - това е първото послание, което посетителите виждат на уебсайта на румънската фирма Gameleon. А от компанията са убедени, че наистина могат да превърнат създаването на видеоигри в нещо достъпно практически за всеки, при това не само за забавление, а и когато става въпрос за сериозни бизнес проекти. Това означава, че ако успеят в плановите си, основателите на стартиращата фирма на практика ще създадат един нов нишов пазар, също както потребителите на тяхната система могат сами да създават въображаеми геймърски светове.

Днес разработката на видеоигри се развива основно в три подсегмента. Първият от тях - този на "премиум" заглавията - включва водещите проекти в областта като стратегическите игри в реално време StarCraft, WarCraft или Command and Conquer, шутър игрите, сред които изпква поредицата Call Of Duty, както и състезателни симулатори като Need For Speed. Техните цени са от порядъка на няколко десетки долара, проектите се отличават с изключително сложен геймплей и високо качество на графиката, а за създаването на подобни заглавия са нужни неколкостотин милионни бюджети. Тук властват гигантите в гейм сектора като издателствата Electronic Arts, Activision Blizzard, Valve и Ubisoft. На другия полюс са безплатните игри, които най-често се играят направо през уеб интерфейс или мобилен телефон, печелят от реклами, не се отличават със своята графика, а геймплеят е сведен до постоянно повтарящи се еднотипни действия. Това обаче не им пречи също да генерират значителни приходи на своите создатели. Типичен пример е безплатната игра за мобилни устройства Angry Birds, която превърна финландското студио Rovio от малка софтуерна фирма в корпорация, оценявана на над 2 млрд. щ. долара. Между сегментите на безплатните и на премиум игрите се намира "средното царство" на т.нар. "freemium" бизнес модел. Той включва проекти, които са достъпни за игра безплатно, но позволяват на играчите да заплащат за определени типове вътре - игрово преимущество. Този модел е най-бързо развиващия се през последните години, най-вече поради ръста при Facebook - игри като FarmVille и MafiaWars, а успехът на подобни проекти принуди дори гиганти като Electronic Arts да погледнат към неговите възможности. Навлизането на freemium модела, както и на нови платформи за видеоигри, каквито са смартфоните и таблетите, либерализира пазара и позволи на редица малки компании да пускат успешни заглавия, конкурирайки се дори с най-големите играчи в сектора. А платформата на румънската Gameleon има потенциала да допринесе за засилване на тази либерализация, давайки на всеки независим екип мощни инструменти за създаване на ролеви игри. Без значение дали планирате да разработите следващия хит при онлайн игрите, или просто ще правите рекламна игра за популяризиране на нов продукт - платформата на Gameleon може да се окаже подходящо решение.

Неотдавна компанията получи финансиране от един от двата български фонда за дялови инвестиции, създадени с пари по **JEREMIE** - Eleven, а преди броени дни екипът обяви на своя

сайт и официалното пускане на системата. На практика тя представлява пълноценна "облачна" платформа, включваща всички инструменти за разработка, публикуване и играене на уеб базирани видеоигри. Проектът, чиито бета - тестове стартираха в края на април тази година, беше и сред финалистите на глобалното състезание Intel Global Challenge, което се проведе през октомври в Калифорния. Компанията си тръгна с две награди - за най-добър "пич" (представяне) и за иновации в сферата на интернет, мобилните технологии и софтуера. Сред призовете, спечелени до момента от младия екип, са още първо място на състезанието за стартиращи предприемачи VentureConnect през май 2012 г., награда за иновации от румънското състезание How To Web 2012, както и първо място в провения се тази година Startup Camp Berlin.

Платформата на Gameleon е достъпна през интернет, по модела SaaS (Software as a Service - софтуер като услуга), което означава, че тя е достъпна от всякъде, по всяко време и посредством всякакъв браузър. Игрите, които потребителите на системата създават, също се съхраняват в инфраструктура тип "облак", което не само улеснява достъпа до тях, но и премахва нуждата от скъпоструващо съвременно оборудване, бекъп на информацията и други подобни проблеми. Платформата представлява пълноценен редактор за онлайн базирани ролеви видеоигри с различна степен на сложност. На практика всичко, което тя прави, може да бъде извършено и чрез програмиране на код, но в такъв случай задачи, които с помощта на Gameleon отнемат броени часове или минути, ще трябва да се осъществяват с месеци. При това -от скъпо платени програмисти.

Сред функционалностите на Gameleon са създаването на нови виртуални карти чрез просто прехвърляне на изображения в полето на редактора, всевъзможни обекти, типове препятствия и повърхности, анимации и др. По този начин практически всяка снимка или рисунка може да бъде интегрирана в играта, включително и снимка, направена с камерата на мобилния ви телефон.

Създаването на игрова механика чрез Gameleon е също толкова лесно, колкото и свързването на две точки с черта. Всичко, което авторът на играта трябва да направи, е да определи какво ще прави даден обект и при какви условия, след което просто да го свърже със съответните събития. Платформата позволява както създаването на т.нар. single player игри (за един участник), със съответните мисии и сюжет, така и разработката на игри от типа MMO (Massively Multiplayer Online) - пълноценни онлайн светове от типа на Ultima Online или World of WarCraft, в които могат да играят стотици геймъри едновременно. Системата за точки и постижения също е добре развита и позволява разнообразни възможности за класиране и награждаване на играещите.

Ако се наложи на пазара, Gameleon може да промени много неща. На първо място платформата ще позволи на хиляди креативни хора - писатели, сценаристи, художници и дизайнери - да дадат живот на своите творения, превръщайки ги в завършени видеоигри. В резултат, гейм пазарът ще се окаже все по-малко зависим от това, който може да си позволи скъпо струващ програмистки труд и успехът ще бъде сведен до това, кой е създал наистина добра история, оригинални герои или визия. Освен това Gameleon ще позволи много по-пълноценното използване на видеоигрите в маркетинга и рекламата, създавайки редица нови възможности за игровизация в представянето на нови брандове и продукти. На практика всяка желаеща организация от сферата на бизнеса, образованието, науката или неправителствения сектор ще може лесно да създаде видеоигра за своите специфични цели, използвайки този мощен инструмент за комуникация с аудиторията си.

Дата: 23.12.2013
Източник: сп. Enterprise
Страница: 52,53,54
Брой думи: 790

Резюме: Трима младежи са на път да преобърнат традиционния модел на дистрибуция на храна, свързвайки крайните клиенти в градовете направо със собствениците на ферми. И планират да наложат този модел в целия свят.

Заглавие: Българската фирма farmhopping ще променя начина, по който земеделската продукция идва в домовете ни

Подзаглавие:

Автор: Александър АЛЕКСАНДРОВ

Текст: Трима младежи са на път да преобърнат традиционния модел на дистрибуция на храна, свързвайки крайните клиенти в градовете направо със собствениците на ферми. И планират да наложат този модел в целия свят.

Ако попитате основателите на нова технологична компания, защо са стартирали бизнес и какво планират да постигнат, най-вероятния отговор, който ще получите е: "Искаме да променим света!". Затова е доста странно, че огромен брой стартапи от сектора заливат пазара с нови и нови никому ненужни мобилни приложения или пускат поредната социална мрежа, която се очаква да подобри комуникацията между потребителите. Проекти като Facebook, Skype, Dropbox или YouTube действително променят живота ни, но същото трудно може да се каже за поне 50% от технологичните стартапи, създавани всяка година. Все още липсват сериозни проекти, които могат да променят например начина по който управляваме дома си, по който пазаруваме или се лекуваме. На този фон една българска новосъздадена компания наистина впечатлява с плановите си да създаде глобална мрежа за директен достъп на крайните клиенти до земеделска продукция. Компанията се нарича farmhopping, а нейни основатели са Роси Митова, Михаил Станчев и Руслан Вакрилов. Името на проекта нашумя преди около година, когато той беше включен сред първите стартапи, получили финансиране от инвестиционния фонд и акселератор Eleven. Фондът разпределя средства по програма **JEREMIE**, с които финансира стартиращи компании от България и региона срещу дялово участие в тях. farmhopping е сред малкото стартапи подкрепени от него, които не са пряко свързани с информационните технологии.

Бизнес, базиран на споделена отговорност

Проектът представлява глобална пазарна мрежа за устойчиви ферми. "Вече имаме около двадесет ферми из цяла България и продължаваме да се развиваме по план, като клиентите ни от месец на месец нарастват значително" - разказва пред сп. Enterprise Роси Митова. Екипът обаче не смята да се ограничава с България, а планира да се превърне в алтернатива за фермите от целия свят. Дейността на фирмата е особено актуална през последните месеци, когато огромен брой фермери протестират срещу ниските цени за изкупуване на стоката им и се стига до демонстративно унищожаване на земеделска продукция. За тях моделът на farmhopping е реална алтернатива, която може да ги свърже направо с крайните клиенти. "На нашата платформа фермерите получават собствен пазар, където сами предлагат продуктите си и определят цените им. Можеш да намериш всичко от храна и уникални места за почивка до курсове по пермакултура, уроци по езда и ръчно изработени предмети" - посочват от фирмата. Според нейния екип, farmhopping е дом за малки ферми, които искат да се свържат с обикновените хора и се нуждаят от тяхната подкрепа, за да продължат развитието си. Платформата на практика не участва в развитието на самите ферми. Всички дейности по директните покупки се движат от участващите в мрежата фермери, а средствата се превеждат на тях. По този начин се елиминират прекупвачите от веригата на доставка и двете страни са много по-доволни от крайната цена.

Това обаче не е всичко - философията на farmhopping не се ограничава единствено до закупуването на продукти, а включва цялостна подкрепа за фермите и много по-тесни взаимоотношения между техните собственици и клиентите. Идеята е хората от градовете да се докоснат до селския живот, да се запознаят с неговите особености и да им стане интересно. В крайна сметка резултатът е подкрепяне на т.нар. "устойчиво земеделие", което позволява на малките ферми по света да се развиват в конкуренция с големите компании от сектора. Във философията на проекта по уникален начин се преплитат ценности като екологичното мислене, здравословното хранене и подкрепата за малкия бизнес. В резултат клиентът получава и някои

"бонуси" като възможност за изработване на продуктите според неговите специфични изисквания или усвояване на нови знания. Понякога доставката се забавя, но повечето фермери споделят, че клиентите най-често проявяват разбиране за това.

Включването във farmhopping става безплатно както за крайните потребители, така и за фермерите и се осъществява чрез лесна регистрация в уебсайта на мрежата. Самата фирма печели по 6% от извършените през нея продажби. Платформата е отворена за всяка ферма по света, следваща принципите на устойчивото развитие. Компанията следи дали данните, предоставяни от фермите, са верни и дали последните наистина развиват устойчиви практики. За целта е създадена и своеобразна гаранция "Одобрено от farmhopping", която се дава на ферми, лично посетени от екипа или за които има друго официално потвърждение. "Винаги ще направим абсолютно всичко по силите си, за да се уверим в честността на всяка ферма, която поиска помощта ни, но farmhopping-ите носят сами отговорност при финансиране на ферма, която няма нашата гаранция" - посочват от екипа на мрежата.

Идеята на farmhopping не е уникална и е взаймствана от десетките общности за директно закупуване на земеделска продукция по света. Българската фирма обаче има сериозни шансове да развие този модел като устойчив бизнес и да се превърне в своеобразен "Google" при търсенето на хранителни продукти или аналог на Facebook в комуникацията между фермерите и техните клиенти.

Интернет издания и блогове

Дата: 22.12.2013

Източник: www.investor.bg

Връзка: <http://investor.bg/evroproekti/264/a/bylgariia-e-usvoila-malko-nad-polovinata-ot-evrosredstvata-kym-2013-g,163894/>

Брой думи: 579

Резюме: По всички програми страната трябваше да получи над 11 млрд. евро – от европейския бюджет и национално съфинансиране

Към 15 декември страната е усвоила 53% от европейските средства, показва отчетът на правителството за програмите, финансирани от структурните и Кохезионния фонд на ЕС. Данните показват ускорено усвояване на фондовете – към края на май например процентът е бил 40.

Заглавие: България е усвоила малко над половината от евросредствата към 2013 г.

Подзаглавие:

Автор: Евгения Европейска

Текст: По всички програми страната трябваше да получи над 11 млрд. евро – от европейския бюджет и национално съфинансиране

Към 15 декември страната е усвоила 53% от европейските средства, показва отчетът на правителството за програмите, финансирани от структурните и Кохезионния фонд на ЕС. Данните показват ускорено усвояване на фондовете – към края на май например процентът е бил 40.

На базата на това ускоряване са спасени над 237 млн. евро спрямо ситуацията от края на май, отбелязват от правителството. Тогава под заплаха са били 272,3 млн. евро.

Спасени са всички пари по програмата „Развитие на човешките ресурси” (105,3 млн. евро), както и „Регионално развитие (73,6 млн. евро) и „*Конкурентоспособност*” (почти 50 млн. евро). Остава обаче опасността от загуба на 35,2 млн. евро. Основна част от тях идват от ОП „Околна среда” – 27,4 млн. евро. Почти 6 млн. евро „висят” и по ОП „Административен капацитет”.

Според данните на единния информационен портал за структурните фондове към края на ноември усвоените европейски средства приближават 53% - общо 4,19 млрд. евро, получените от ЕК трансове обаче са в рамките на 48,59% или общо 3,24 млрд. евро. Разликата е покрита от бюджетни средства.

Като цяло от структурните и Кохезионния фонд в периода 2007 – 2013 година за България са предвидени общо малко над 8 млрд. евро, като 6,67 млрд. евро от тях е европейско финансиране. По Програмата за развитие на селските региони пък предвидените средства за същия период са 3,23 млрд. евро. От тях 2,6 млрд. евро идват от европейския бюджет.

За този програмен период България имаше право да получи общо 9,35 млрд. евро от бюджета на ЕС по структурните, земеделските и рибарските фондове. Месец преди края на годината трансферите от ЕК (общо по всички фондове) доближават 4,7 млрд. евро. Ангажиментите на правителство са в рамките на 1,99 млрд. евро за национално финансиране по европейските програми.

В същото време вноската на България в бюджета на ЕС към 31 октомври е 5,1 млрд. лева (за целия период) или малко над 2,6 млрд. евро.

Официалните данни показват, че в последните месеци страната е предоговорила средствата от европейските програми – процентът надхвърля 110. По този начин се гарантира по-добро усвояване, ако сред проектите има такива, които няма да получат сертификация на средствата. Към края на ноември усвоените средства по ПРСР са около 50%, а за договорените процентът е малко над 79 на сто. В последните дни обаче земеделският министър гарантира максимална заетост на администрацията и спасяване на всички пари по програмата.

Данните все още не са окончателни, но показват, че с най-добра усвояемост е ОП „Развитие на човешките ресурси” – 58,5% от всички предвидени средства. Договорени са почти 98% от средствата (общо 1,21 млрд. евро).

Най-слабо е усвояването по ОП „Околна среда” – малко под 41% от определените средства, макар и тук предоговарянето да е най-забележимо – 160% от всички 1,8 млрд. евро, предвидени по програмата. В последните месеци заради открити нередности беше спряно и изплащането на средства по програмата. Предстои одит на всички проекти и може да се

наложат и финансови корекции – или с други думи връщане на усвоени вече средства обратно в бюджета на ЕС.

Най-много средства за конкретния период получихме по ОП „Транспорт” – малко над 2 млрд. евро. Данните към края на ноември показват, че почти 54% от средствата вече са усвоени, договорени са малко над 99% от всички средства.

По ОП „Транспорт” са получени и най-големите траншове от ЕС – 923 млн. евро към края на ноември. По ОП „Регионално развитие” получените средства са 689,6 млн. евро.

По статията работиха: , редактор

Дата: 22.12.2013

Източник: www.klassa.bg

Връзка:

http://www.klassa.bg/news/Read/article/238302_%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%82%D0%BE+%D1%81%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%B8+%E2%82%AC237+%D0%BC%D0%BB%D0%BD.+%D0%BE%D1%82+%D0%95%D0%A1

Брой думи: 231

Резюме: От 272 млн. евро, които страната ни можеше да загуби по оперативните програми, към днешна дата са спасени 237 млн. евро. Това са почти 500 млн. лв., които са се влили в българската икономика, обяви вицепремиерът Зинаида Златанова след вчерашното заседание на кабинета „Орешарски“.

Заглавие: Правителството спаси €237 млн. от ЕС

Подзаглавие: Приеха оставката на шефката на „Околна среда“

Автор:

Текст: От 272 млн. евро, които страната ни можеше да загуби по оперативните програми, към днешна дата са спасени 237 млн. евро. Това са почти 500 млн. лв., които са се влили в българската икономика, обяви вицепремиерът Зинаида Златанова след вчерашното заседание на кабинета „Орешарски“. Без никакви загуби на евросредства са 4 програми. Това са „Транспорт“, „Регионално развитие“, *„Конкурентоспособност“* и „Развитие на човешките ресурси“. Ще бъдат загубени само около 35 млн. евро. Най-много от тях – близо 27,5 млн. евро са по програма „Околна среда“. Заради загубите шефката на управляващия орган на програмата Малина Крумова е подала оставка и тя е приета от министър Искра Михайлова. За нов шеф ще бъде проведен конкурс. Другите две програми със загуби са „Административен капацитет“, където изпускаме 5,9 млн. евро и „Техническа помощ“ с малко над €1,8 млн. Златанова припомни, че е имало много спекулации по темата за евентуални загуби на евросредства от милиарди. „Нищо такова не се случи“, успокои вицепремиерът. Златанова отчете, че към 13 март тази година са били изплатени само 37% от парите по оперативните програми, а към 15 декември вече са 53%. Към 13 март сертифицираните средства по всички програми за 7-годишен период са били 28%, а към 15 декември са нараснали на 42%. Вицепремиерът благодари на министрите, които управляват оперативни програми, на шефовете на управляващи органи и на експертите, които са работили така, че загубите на евросредства да бъдат сведени до минимум.

Дата: 22.12.2013

Източник: www.monitor.bg

Връзка: <http://www.monitor.bg/article?id=412408>

Брой думи: 231

Резюме: От 272 млн. евро, които страната ни можеше да загуби по оперативните програми, към днешна дата са спасени 237 млн. евро. Това са почти 500 млн. лв., които са се влили в българската икономика, обяви вицепремиерът Зинаида Златанова след вчерашното заседание на кабинета „Орешарски“. Без никакви загуби на евросредства са 4 програми.

Заглавие: Приеха оставката на шефката на „Околна среда“

Подзаглавие: Правителството спаси €237 млн. от ЕС

Автор:

Текст: От 272 млн. евро, които страната ни можеше да загуби по оперативните програми, към днешна дата са спасени 237 млн. евро. Това са почти 500 млн. лв., които са се влили в българската икономика, обяви вицепремиерът Зинаида Златанова след вчерашното заседание на кабинета „Орешарски“. Без никакви загуби на евросредства са 4 програми. Това са „Транспорт“, „Регионално развитие“, „*Конкурентоспособност*“ и „Развитие на човешките ресурси“.

Ще бъдат загубени само около 35 млн. евро. Най-много от тях – близо 27,5 млн. евро са по програма „Околна среда“. Заради загубите шефката на управляващия орган на програмата Малина Крумова е подала оставка и тя е приета от министър Искра Михайлова. За нов шеф ще бъде проведен конкурс. Другите две програми със загуби са „Административен капацитет“, където изпускаме 5,9 млн. евро и „Техническа помощ“ с малко над €1,8 млн. Златанова припомни, че е имало много спекулации по темата за евентуални загуби на евросредства от милиарди. „Нищо такова не се случи“, успокои вицепремиерът.

Златанова отчете, че към 13 март тази година са били изплатени само 37% от парите по оперативните програми, а към 15 декември вече са 53%. Към 13 март сертифицираните средства по всички програми за 7-годишен период са били 28%, а към 15 декември са нараснали на 42%.

Вицепремиерът благодари на министрите, които управляват оперативни програми, на шефовете на управляващи органи и на експертите, които са работили така, че загубите на евросредства да бъдат сведени до минимум.

