

25
ноември

От стъпването си на пазара у нас **Лидл България** е удвоила броя на българските доставчици, с които работи, като към момента си партнира с общо 172 местни производители от цялата страна. Това стана ясно на специално събитие по повод осемгодишнината на компанията, което се проведе в рамките на инициативата на Министерство на земеделието, храните и горите „Аз подкрепям българския производител, подкрепи го и ти“.

Прочети още



За седма поредна година **ЧЕЗ** ще предостави стипендии на талантиливи ученици от 12 клас на професионалните технически гимназии в Западна България. Състезанието по електроенергетика се провежда под патронажа на регионалния мениджър на ЧЕЗ за България Карел Крал и е част от графика на националните състезания по професии през учебната 2018 – 2019 година на Министерството на образованието и науката.

Прочети още

25
ноември

26
ноември

Siemens и **Aruba**, част от **Hewlett Packard Enterprise**, обявиха стратегическо партньорство, насочено към свързване на мрежите за Оперативни технологии (OT) и Информационни технологии (IT). Въз основа на своите допълващи се продуктови предложения Siemens и Aruba могат да подкрепят клиентите с надеждни и сигурни мрежи за пренос на данни, позволявайки висока експлоатационна наличност на оборудването.

Прочети още



Новият доклад за дейността на фондация **„Заедно в час“** вече е достъпен и може да го разгледате на нашия сайт. Той обхваща акценти от работата на организацията през последната учебна година (2017/2018). В годишния доклад за дейността на „Заедно в час“ сме се постарали да съберем част от значимите примери и доказателства, че именно хората са в основата на всяка успешна история.

Прочети още

28
ноември

28
ноември

Студенти от ветеринарни специалности от Лесотехническият университет в София и Тракийският университет в Стара Загора се включиха в иновационния лагер, организиран от **Nestlé PURINA®** и **JA България**. Участваха 30 студенти, които бяха разделени в екипи по 5 души, за да работят по предварително подготвен казус, а като резултат от работата им – да предложат цялостна концепция за подобряване на взаимодействието между бизнеса (ветеринарни клиники и амбулатории, фармацевтични компании, компании в сектор „Производство и търговия на храни за домашни любимци“), университетите и студентите по ветеринарна медицина.

Прочети още



„Дънди Прешъс Металс“ ЕАД е организация от мотивирани, позитивни млади хора, които работят в българската минна индустрия – базов сектор на икономиката, който зависи от мястото на проявление на полезни изкопаеми. За нас това са Челопеч и Крумовград.

Прочети още

29
ноември

29
ноември

Носителят на Световната купа по сноуборд **Радослав Янков** получи специален подарък от водещия български телеком **A1**.

Лично **Илияна Захариева**, директор „Корпоративни комуникации“ на **A1** подари на смартфона на водещия ни сноубордист.

Прочети още



Отличieto за „Best snack product” заслужено беше присъдено на един от най-новите продукт в портфолиото на **ПРЕСТИЖ** WELLNESS сандвич бисквити с пробиотик и без добавена захар. Международно жури от водещи лидери в хранително-вкусовата индустрия определиха, че българският продукт с крем пробиотик на ПРЕСТИЖ е най-добрият продукт в рамките на наградите за иновации на световното изложение YUMMEX MIDDLE EAST 2018 в категорията „Best Snack Product”.

Прочети още



Най-голямата социално отговорна инициатива на **Лидл България** – “Ти и Lidl за по-добър живот” бе отличена като „Най-добра дарителска програма” в годишните награди на Български дарителски форум. Престижната награда бе връчена на компанията лично от кмета на София г-жа Йорданка Фандъкова на официална церемония.

Прочети още

„**Дънди Прешъс Металс**” бе отличена с два приза на годишните награди на Български дарителски форум 2018, провели се под патронажа на президента на Република България Румен Радев. Минната компания бе наградена в категориите „Най-голям обем финансови дарения” и „Най-добра програма на местен дарител” за нейната социално отговорна дейност в двете общини, в които оперира - Челопеч и Крумовград.

Прочети още



„**САП Лабс България**” бе отличена с категория „Най-голям принос чрез доброволен труд на служителите” на годишните награди на Български дарителски форум 2018. През 2017 г. доброволци от „САП лабс България” са дарили 8965 часа доброволчески труд на обща стойност почти 328 800 лв.

Прочети още

A1 получи сребърно отличие в категорията „Корпоративни комуникации” на престижните награди за постижения в маркетинга и рекламата – Effie. Признанието бе присъдено за комуникационната кампания по ребрандирането на A1 „Само поискай”.

Прочети още



„Колпойнт Ню Юръп” (**TELUS International Europe**) бе отличена с категория „Най-щедър дарител” на годишните награди на Български дарителски форум. Чрез подкрепа на проекти на граждански организации и доброволчески труд на служителите компанията е дарила 1.91% от печалбата си преди облагането с данък за 2017 г.

Прочети още



28 ноември

Българска лекарка търси отворени за доброто сърца



По Коледа, казват, стават чудеса. Десетки българи, които имат нужда от рехабилитация, с отворени очи чакат своето чудо. А една българска лекарка от Виена търси отворени за доброто сърца, за да сбъдне чудото на тези, които се надяват отново да ходят и да се движат.

Доктор Анелия Хохвартер, която работи като офталмолог в австрийската столица, вече две години организира кампании за закупуване на първия за България ЛОКОМАТ. Той представлява напълно роботизиран апарат за рехабилитация. С него се помага на деца, които никога не са ходили или имат проблеми с това – например с церебрална парализа. Апаратът помага и на възрастни, обездвижени след инсулт, множествена склероза или мозъчна травма.

Апаратът струва 280 000 евро, а до момента кампанията е успяла да събере около 50 000 от тях. „Този апарат би революционизирал рехабилитацията у нас и би осмислил работата на много специалисти – ортопеди, неврохирурзи, рехабилитатори“, казва д-р Хохвартер. Обяснява кампанията, която е подела, с желанието да бъде полезна на България, защото е българка и защото тук са корените ѝ, въпреки че последните 27 години живее далеч от родината. През тези години има и множество хуманитарни мисии в Африка, водена от същото желание да помага и да служи на лекарското си призвание. Преди да започне да събира пари за ЛОКОМАТ е помагала на родното си село, но както казва: лявата ръка не бива да знае какво дава дясната. Не така е обаче в случая с апарата за рехабилитация, тъй като за неговото закупуване се нуждае от гласност и помощ.

Доктор Хохвартер смята, че вместо всяко нуждаещо се от този апарат семейство да събира пари, за да отиде на лечение в някоя от страните, които разполагат с него, е по-добре всички да се обединят и да се съберат пари за закупуването на ЛОКОМАТ в България. Аргументите на лекарката са логични: за да проведе рехабилитация в чужбина, болният трябва да прекара в съответната страна няколко седмици, да има поне един придружител, да плаща за престой, храна и таксите и да бъде раздвижван от специалисти, които не говорят български. А връзката с терапевта е много важна, трябва болният да чува от него на родния си език: „Браво, продължавай все така“, казва Анелия, напомняйки, че половината от терапията е надеждата и вярата на болния, че нещата ще се получат. Най-големият недостатък обаче е, че се започва лечение, а след завръщането в България то не може да бъде продължено или поддържано, с което се губи смисълът на терапията. „Така се нарушава и алгоритъмът на надеждата, който дава увереност на болния, че може да продължи с лечението“, казва д-р Хохвартер. Тъкмо този емоционален момент я кара да не се отказва от усилията си да събере пари за ЛОКОМАТ, въпреки трудностите.

Не крие, че понякога се чувства като „Дон Кихот, тръгнал срещу вятърни мелници“. И перафразира крилатата фраза, че „един грам действие тежи повече от един тон думи“. В тежки моменти обаче духът ѝ повдига вярата в човешката добрина и всеотдайност. Добрина като тази на възрастна жена, дарила останалите ѝ в края на месеца пет лева от пенсията или като тази на инвалид, пострадал при катастрофа, който дарил обезщетението си от 20 000 лева на кампанията за закупуване на ЛОКОМАТ. Такива хора възвръщат надеждата ѝ и я карат да продължава с усилията си.

Призивът ѝ към всички бъдещи дарители е да ѝ повярват, че „е ръководена от чисти мисли“. Апелира към тях да направят нещо за ближния си. Ще очаква добрината им заедно с всички болни, които чакат своето лично чудо. И въпреки че Коледа, казват, е сезонът на чудесата, щедрите и добри сърца могат да сътворят чудо по всяко време на годината.

29 ноември

Боряна Герасимова: Здравето е начин на живот



„Здравето е начин на живот. То не само се пази, а се планира и изгражда“. Това бе основното послание на Боряна Герасимова, предприемач в сферата на персонализираната медицина и лектор. Тя участва в After Work събитието на Съвета на жените в бизнеса в България „Здравна интелигентност или какво означава да планираме здравето си“. На него тя представи и новия си проект Re:Gena (<https://regena.bg>).

Боряна е едва на 26 години, когато се сблъсква с най-страшната диагноза – рак. Това преобръща живота ѝ в буквалния смисъл на думата. За щастие, успява да пребори болестта и да постигне ремисия, но това не слага край на въпросите, които си задава непрекъснато: къде сбърках, че да се разболея от рак на 26 години; как да се справя с болестта и не на последно място: какво да направя, за да не се върне заболяването. Търсейки отговор на въпросите си, Боряна решава да предприеме действия, така че да помогне не само на себе си, а и на други хора да избегнат подобен на нейния ад.

Така започва нейният път, посветен на здравето. Признава, че ракът е разделил живота ѝ на два периода – преди и след болестта. „Това, което правим днес, е критично важно за утрешния ден. Знаете ли какво да направите днес, за да сте здрави след десет или тридесет години“, попита Боряна дамите, присъстващи на събитието. Другият ѝ важен въпрос бе: присъства ли здравето в календара ви, т.е. планирали ли сте време за профилактика, за ядене, за спорт? Това е трудна мисия за съвременната жена, която Боряна образно описва като „Жената Атлас“, която държи на раменете си и се справя с десетки задачи – деца, работа, партньор и т.н. В стремежа си да жонглира успешно с всички задължения, съвременната жена често забравя да отделя време за себе си. „Хубаво е да се развиваме, но първо трябва да мислим за нас и после за останалите. Грижата за здравето не е еднократен акт, а е процес“, коментира Боряна Герасимова.

Тя описва етапите на личен здравен план и грижа. Първият е несъществуващият, тъй като при него полагаме спорадични и инцидентни грижи за себе си. Това е възможно най-скъпото решение в дългосрочен план. Вторият етап е стандартният и най-масовият сред хората – редовна профилактика, здравословен начин на живот, редовен спорт. Третият етап е съвременният план – персонализиран и базиран на информиран избор. При него въпросът е как, познавайки генома си, мога да се грижа за здравето си, коментира Боряна Герасимова.

За нея здравната интелигентност е точно това – умението да събираме информация, която да ни помага да взимаме по-добри решения за здравето си. „Човек трябва да стане експерт по здравето си – да знае какво работи и какво не работи лично за него“, каза Боряна Герасимова. Тя посочи етапите, които трябва да следваме, за да изготвим план за здравето ни „по наша мярка“. Тези етапи включват намерение, поставяне на цели, събиране на информация, планиране, изграждане на навици и регулярно обновяване на плана за здравето ни според нуждите ни.

Докато се бори с рака, Боряна Герасимова се сблъсква с геномните изследвания и стига до извода, че човек може успешно да планира здравето си чрез ДНК анализ. Той може да даде отговори на въпроси като какви здравни рискове имам, как да им повлияя, за да се предпазя, на каква профилактика да ходя и т.н. На тази мисия е посветен и новият проект на Боряна, наречен Re:Gena. Той се ражда девет месеца, след като тя се разделя с друга компания с подобен предмет на дейност, на която е съосновател. „Re:Gena означава да промениш живота си“, убедена е младата жена. Тя представи новата си компания, която предоставя консултациите на генетик, диетолог и различни други специалисти според нуждите на отделния човек.

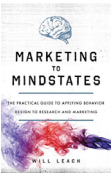
В заключение Боряна Герасимова представи и нейната визия за дългосрочно здраве – сегашното ни здраве плюс знания за това кое би ни поддържало здрави плюс съобразеният с тази информация начин на живот.

Шест книги за бизнес, които да прочетете по празниците

Празниците са идеалното време да получите вдъхновение от дадена книга и да си набележите целите за следващата година. Още по-хубавото е, че за разлика от мобилните телефони, никой няма да ви навика, че се излежавате на дивана с книга в ръка.

За някои хора най-добрите книги са тези, които им помагат да преосмислят начина, по който ръководят бизнеса си или да открият нови възможности.

Ето шест книги, които могат да ви дадат нов поглед и перспектива по отношение на бизнеса:



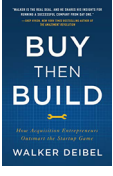
1. “Marketing to Mindstates” от Will Leach. Прекарваме по-голяма част от времето си да подхождаме рационално към бизнеса и маркетинга. Will Leach обаче твърди, че по-голяма част от това, което се случва в главите на потребителите, е в тяхното подсъзнание. Тази книга цели да разбули тайните на този несъзнателен филтър и да обясни как той да бъде заобиколен.



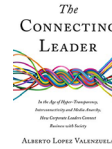
2. “YouTube Secrets” от Sean Cannell и Benji Travis. Тази книга е написана от двама успели в YouTube хора. Нейната цел е да изследва как предприемачите могат да успяват в тази платформа. Описвайки собствения си опит и интервюирайки над 100 успели хора в YouTube, двамата автори изследват по какво си приличат интернет каналите, от които може да се печелят пари.



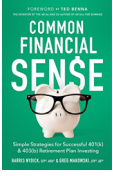
3. “You, Inc“ от Travis Rosser. Икономиката на знанието улеснява начинаещите предприемачи да напуснат работа и да започнат онлайн курсове, от които да печелят. Както и предишната, тази книга описва начините, по които различните активни предприемачи могат да превърнат знанията, които притежават, в доходоносен бизнес.



4. “Buy Then Build” от Walker Deibel. Според множество източници, 90% от стартъпите се провалят, но предприемачите все пак се стремят да започнат от самото начало. Авторът предлага друга бизнес стратегия: да се купуват бизнеси, преминаващи през рискова фаза, и да бъдат разработвани.



5. “The Connecting Leader” от Alberto Lopez Valenzuela. Този автор е написал наръчник, който помага на лидерите да изграждат автентична репутация, бидейки прозрачни, с връзка и принос към обществото.



6. “Common Financial Sense” от Harris Nydick и Greg Makowski. Тази книга цели да даде полезни съвети в планирането на пенсионирането и инвестирането в бъдещето. Тази творба помага на читателите да изчислят какви спестявания трябва да правят, за да изживеят старините, които искат.

Как жените преодоляват половите предразсъдъци към лидерството

Голям брой изследвания показват, че от жените лидери много повече отколкото от мъжете, се очаква да бъдат приятни и мили (което обществото традиционно очаква от жените), но също така компетентни и твърди (което по принцип се очаква от мъжете и лидерите). Проблемът е, че често на тези качества се гледа като на противоречащи си едно на друго. Това създава „Параграф 22“ за жените-лидери. Карли Фиорина, бивш главен изпълнителен директор на HP, описва ситуацията по следния начин: „Докато бях в Силиконовата долина, за мен често се говореше или като за кукличка, или като за кучка“.

За да се разреши този казус, обществените очаквания за това какво означава да си жена и какво отнема това да си лидер, трябва да се променят. Докато обаче това се случи, жените-ръководители трябва да се справят със ситуацията, пише „Харвард Бизнес Ревю“.

В опит да установи как се справят успешните жени, изданието е провело обширни интервюта с 64 високопоставени жени от 51 различни организации в САЩ. Резултатът е, че са установени четири парадокса, предимно произтичащи от нуждата жените да бъдат едновременно твърди и мили, с които дамите се сблъскват. Изданието очертава също така пет стратегии, които жените използват, за да се справят с тези парадокси.

Парадокс 1: Изискващи, но грижовни. Жените –лидери посочват, че от тях се очаква едновременно да изискват високи резултати от другите, но също така да показват загриженост за тях. Например Норма, HR директор във финансовия сектор, си спомня как при един проект нейното постоянство довело до постигането на положителни резултати, но и до негативна обратна връзка.

Парадокс 2: Авторитарни, но съпричастни. Този парадокс произтича от необходимостта жената-лидер да е компетентна, но в същото време да показва и известна уязвимост и да търси подкрепата на другите. Така от една страна жените-лидери трябва да проявяват известна авторитарност, тъй като иначе няма да бъдат приети за надеждни. От друга страна, за да не бъдат приемани за арогантни, дамите също така се стремят да признават свои слабости и да работят с колегите си.

Парадокс 3: Да бъдеш адвокат на себе си, но да служиш и на другите. Третият парадокс включва умението да следваш собствените си нужди и цели, но и тези на другите. Съсредоточаването само върху едното може да доведе до сериозни проблеми. Камерън, ръководител от счетоводна фирма, например разказва как споделяйки знания и умения с други хора, впоследствие се чувства изтикана на заден план, тъй като не е получила същото от колегите си.

Парадокс 4: Да поддържаш дистанция, но да бъдеш и достъпен. Жените, обхванати от изследването, понякога срещат трудности с това да бъдат приемани като лидери, които все пак пазят някаква дистанция, и в същото време да поддържат близки отношения с колегите си. За да вдъхват респект, жените-лидери се държат на разстояние от другите. В същото време се притесняват, че може да бъдат възприемани като егоцентрични и апатични, което затруднява печеленето на доверие и ангажираност от страна на колегите им.

Стратегии за справяне с трудностите

Проучването показва, че за да се справят успешно с тези парадокси, жените-лидери трябва да ги осъзнаят, след което могат да разработят и прилагат поредица от стратегии за справяне. „Харвард Бизнес Ревю“ описва пет стратегии:

Адаптиране към ситуацията. Повечето от интервюираните жени посочват, че в различни ситуации и спрямо различните хора проявяват любезност или твърдост. Например, за да показва едновременно резервираност и достъпност, Мелиса, генерален мениджър, казва: „Невинаги сядам начело на масата – зависи от срещата и обстановката. Понякога искам да отпраща посланието „днес съм една от екипа“, а друг път искам много ясно да покажа, че съм там, за да взема решение“.

Стратегия „едно по едно“. Друга стратегия е първо да бъдете мили (загрижени и сътрудничещи) , а след това твърди (изискващи и ръководещи). Първо, изграждате отношения, установявате доверие и ангажирате хората, след което продължавате с по-твърдо поведение, за да отправите предизвикателство към статуквото или да постигнете целите.

Подход „всички печелят“. Много от жените-лидери се фокусират върху това да намерят възможности любезността и твърдостта да се припокриват – понякога наричат това подход „всички печелят“. Например Дороти, генерален мениджър в компания за здравни услуги, описва начина си на мислене по следния начин: „Най-важното нещо е да разбереш какви са ценностите и целите на човека, на когото се опитвате да повлияете. Така че винаги съм се опитвала да знам какво се опитвам да постигна и да го обвържа с нещо, което той се опитва да постигне“.

Бъдете твърди по отношение на задачите и меки с хората. С тази стратегия жените-лидери едновременно се опитват да бъдат мили с хората, но твърди по отношение изпълнението на задачите. Сали, представител на законодателната власт, споделя опита си: „Разбрала съм, че с колегите ми може да имаме силни разногласия по даден въпрос, но когато излезем от залата сме приятели“.

Промяна на понятията. Проучването показва, че лидерите се опитват да променят понятията за любезност и твърдост. Те се фокусират върху свързването на двете понятия и засилване на положителните асоциации. Тази тактика включва опити за превръщане на слабостите в силни страни. Например, жените лидери смятат, че показването на уязвимост всъщност демонстрира вътрешна увереност, т.е. да се чувстваш достатъчно сигурен да разкриеш собствените си слабости. Шанън, президент на компания, обяснява това така: „Много уверено понякога заявявам: Не зная отговора, но съм готова да го намеря“ или „Не зная отговора, но знам, че съм способна да го открия“.

В заключение, „Харвард Бизнес Ревю“ пише, че компаниите и обществото трябва да положат усилия, за да се променят противоречащите си очаквания към жените и допълнителните препятствия пред това да са лидери. Докато обаче жените са изправени пред този проблем, те ще намират начини да го преодоляват.