

■ ЛИЦАТА НА FIBANK ■



Надежда Кехайова

Главен специалист „Финансово анализиране“

Надежда Кехайова е Главен специалист „Финансово анализиране“ в Дирекция „Корпоративно банкиране“. Има магистърска степен по Финанси в УНСС и Право във Великотърновски университет. Започва своя професионален път през 1998 г. като Старши експерт в управление „Финансово осигуряване на приватизационния процес“ в Агенция за приватизация. В периода 2000 – 2005 г. е Главен експерт в Дирекция „Икономическа политика“, направление „Енергийна стратегия, икономически анализи и прогнози“, Министерство на енергетиката. От 2005 до 2017 г. е Специалист „Анализ на корпоративни клиенти“ във Fibank, а от 2017 г. – понастоящем е Главен специалист „Финансово анализиране“ в Дирекция „Корпоративно банкиране“.

Нейният любим цитат е: „Единствените ограничения пред ума са онези, които си създаваме сами.“

Една от любимите ѝ книги е „Цар плъх“ на Джеймс Клавел, а от филмите посочва „Седем години в Тибет“ на Беки Джонстън.

Описва себе си като перфекционист, човек, отдаващ голямо значение на професионализма и коректните отношения.

На стр. 2

■ ПОД ЗНАКА НА FIBANK ■

Първата международна конференция „Жените в бизнеса“ събра експерти от цял свят

Fibank (Първа инвестиционна банка) организира първата международна конференция „Жените в бизнеса“, която се провежда на 15 март 2018 г. в галерия „Сан Стефано Плаза“. Конференцията бе уважена от успели дами в различни области на бизнеса в България и чужбина. Събитието разкри основните предизвикателства, пред които са изправени днес жените във все по-глобализиращата се и конкурентна бизнес среда. Акценти бяха поставени върху възможностите за образование, здравеопазване и финансиране.

Конференцията бе от-



крита от г-жа Мая Георгиева, Зам.-председател на Надзорния съвет на Първа инвестиционна банка. Тя подчерта водещата роля на жените за развитието на успешен бизнес и припомни, че Fibank и Дайнърс клуб първи преди повече от 10 години предложиха кредитната карта First Lady, която е изцяло насочена към дамите.

От името на кмета на София г-жа Фандъкова приветствие към участниците отправи Главният изпълнителен директор на Столичната общинска агенция за инвестиции г-н Владимир Данаилов.

На стр. 3

■ ПАРТНЬОРСТВА ■

Отличиха „Достойните българи“

■ Fibank бе партньор на инициативата на „24 часа“

За 16-а поредна година вестник „24 часа“ отличи „Достойните българи на годината“. Церемонията се проведе във Военния клуб в София, като Fibank бе партньор на инициативата.

Министър-председателят на Република България г-н Бойко Борисов връчи награди и копия на златния ритон от Панагюрското съкровище на създателите на „Враца софтуер общество“ – Емилиян Кадийски, Тонко Влахов и Тихомир Кръстев.



Тримата младежи са останали в своя роден град и чрез качествено образование се опитват да дават въз-

можност на повече хора от Враца и региона да работят стойностна и добре платена работа.

На стр. 3

■ ЛИЦАТА
НА FIBANK ■

Надежда Кехайова

Главен специалист
„Финансово
анализиране“

ОТ СТР. 1

- Разкажи ни повече за професионалния ти път.

- Започнах кариерата си в много интересна и актуална за времето си институция - Агенция за приватизация. Млад екип, ентузиастични и мечтатели, мислехме, че ще променим България. Работехме и живеехме заедно, бяхме много напористи и натрупахме опит във воденето на преговори. След това силно начало се присъединих към екипа на Министерството на енергетиката, където имах възможност да участвам в реструктурирането на енергийния сектор и отделянето на производителите и разпределителните компании от НЕК. Работих основно с колегите от 7-те разпределителни компании. Наложих ми се бързо да порасна както професионално, така и житейски. Работих с големи професионалисти, известни имена в енергетиката и досега и това ми даде огромни възможности за професионално развитие и самоусъвършенстване. Много дължа на този период от кариерата си.

През 2005 г. ме поканиха да се присъединя към екипа на Fibank, където да дам своя принос при анализ на енергийни проекти, което правя и до днес. Не изпускам пулса на промените в енергетиката, тъй като това е значим сектор за икономиката и в частност за банката.

- Какви са предизвикателствата в твоето еже-



дневие?

- Най-голямото е да печеля доверието на клиентите си, така че ежедневно да чувстват, че банката стои зад бизнеса и проектите им. Старая се да изграждам дългосрочни и успешни бизнес отношения. Приятно усещане ми носи ежедневното решаване на трудни казуси и успешното взаимодействие с колеги.

- Победител си в категорията „Принос към постигане на продуктивно

екипно взаимодействие“ в програмата „Заедно можем повече“. Разкажи ни за успешната комуникация в работна среда.

- Професионалистът не може да работи сам. Успехите не са нещо индивидуално. Всичко е плод на работа на един екип. Това е сърцевината на бизнеса. И когато всеки в екипа дава максималното от себе си, той постига максимални резултати. Изкуството на ръководенето на екип е да извлечеш по най-подходящия начин оптималното

от хората така че всеки да се чувства полезен и значим. Имам удоволствието да работя в чудесен екип в Банката и се надявам и колегите ми да се чувстват комфортно при работата си с мен.

- Каква според теб е банката на бъдещето?

- Банката ще е изцяло дигитална, базирана на cloud технологии, без физически клонове, само с висококвалифициран екип в централното си управление. Тя ще събира и анализира в реално време наличните данни за всеки свой настоящ или потенциален клиент на база информация от различни източници и чрез т.нар. deep learning технологии ще е в състояние да предложи високоспециализирани продукти на база на индивидуалните потребности на клиента.

- Кои са личностните и професионални качества, които са нужни, за да бъде един банкер успешен в бързоразвиваща се и динамична банкова институция като Fibank?

- За мен успешният банкер притежава личностни качества като диалогичност, умение да предразполага и да печели доверие на клиента и екипа си. Професионалните му качества включват владение на материята, познаване на конкуренцията, умение за водене на преговори и способност да убеждава.

- Коя е книгата, която четеш в момента?

- „Това съм аз! А ти кой си?“ на Йеспер Юл.

- Как прекарваш свободното си време?

- С прекрасното си семейство, което е мой двигател. Имам две палави и любопитни деца, които са най-добрите ми учители и критици.

Със съпруга ми сме откриватели, обичаме екзотични и непопулярни за туристите дестинации.



■ ПОД ЗНАКА НА FIBANK ■

Първата международна конференция „Жените в бизнеса“ събра експерти от цял свят

ОТ СТР. 1

В началото на конференцията г-жа Ана Мария Михаеску, която е член на управителните съвети на няколко големи компании в Румъния, представи предизвикателствата пред банките и финансовите институции, както и ролята им в подкрепа на жените в бизнеса в хода на глобализацията и дигиталните технологии. Г-жа Михаеску акцентира върху важността на обучението на жените-предприемачи при създаването на специализирани финансови продукти за дамите, като представи успешни примери в тази посока, реализирани в Румъния и Полша.

Специална роля на модератор в някои от най-интересните панелни дискусии бе поверена на г-н Юрки Коскело, който е независим член на Надзорния съвет на Fibank. Преди идването си в България г-н Коскело е изградил дългогодишна кариера в Международната финансова корпорация (IFC), която е част от Световната банка.

Водещ и модератор на останалата част от конференцията бе журналистът от Българската национална телевизия - Спас Къосев.

Г-жа Марчела Абрашева, регионален директор на КАНТАР/TNS, г-жа Нина Митева, Ротари България и г-жа Юлия Старк, FAB Academy, направиха преглед на бизнес възможностите и промените, които са настъпили или ще настъпят, когато жените започнат да играят по-сериозна роля в бизнеса в Европа и България. Дамите се обединиха около становището, че България е дигитално развит пазар, в който приносът на жените-мениджъри ще бъде още по-осезаем.

Г-жа Ваня Манова, мениджър на Mastercard за България и Македония, и г-жа Севдалина Василева, Изпълнителен директор и член на Управителния съвет на Fibank, разказаха какво могат да предложат финансовите институции и банките на жените, за да подкрепят техните бизнес начинания.

Преди дни Fibank представи своята специална про-

грама Smart Lady, насочена към жените в бизнеса. С нея Банката иска да подкрепи жените, решили да развият своите идеи в успешен бизнес. Пред гостите на конференцията г-жа Василева сподели: „Програмата Smart Lady е съвкупност от специално разработени и целенасочени продукти за жените. Тя предполага създаването на една широка нефинансова платформа, която да предостави на бизнес дамите у нас възможност чрез семинари и срещи да надграждат своите умения и да намират съмишленици, от които да черпят вдъхновение и кураж“. Тя допълни, че за постигането на тези цели Fibank разчита на партньорството с „FiHealth Застраховане“ и Mastercard, спомогнали за изграждането на програмата Smart Lady. Подробно описание на програмата може да бъде намерено на интернет страницата на Fibank.

В международната конференция „Жените в бизнеса“ се включи и г-жа Мария-Луиза Ортини, която е директор Custom Development

SDA Bocconi School of Management. Тя представи на гостите обучителните програми, разработени специално за жени в един от най-реномираните бизнес университети в света.

Бяха разгледани и лични примери и успешни бизнес истории, представени от дами - инж. Боряна Манолова, Главен изпълнителен директор Сименс в България, г-жа Ирина Недкова, създател на модния бранд за деца и юноши Love Made Love, и г-жа Ирина Христова, основател на езикова школа Интеграл.

Международната конференция „Жените в бизнеса“ бе само част от предвидените редица активности от страна на Fibank по отношение на подкрепа на бизнес дамите. Като част от програмата Smart Lady се предвижда и изграждането на информационна платформа за самообучение и получаване на информация по актуални теми. Чрез нея бизнес дамите, клиенти на Първа инвестиционна банка, ще могат да обменят опит и да получат професионални съвети.

■ ПАРТНЬОРСТВА ■

Отличиха „Достойните българи“

■ Fibank бе партньор на инициативата на „24 часа“

ОТ СТР. 1

Г-н Неделчо Неделчев, Главен Изпълнителен директор и Председател на Управителния съвет на Fibank, връчи отличия на младши инспектор Венцислав Спасов



и старши пожарник Запрян Пиперов от град Септември, които през лятото на 2017 г. спасиха десет деца, изгубили се в гората над село Варвара, като ги пренесоха на гръб през бурната река.

„За мен е истинска чест да отлича тези двама млади мъже и достойни българи. В днешно време е геройство изборът на професията пожарник. Това е осъзнат

избор, който поставя чуждия живот над собствения“, обърна се към двамата г-н Неделчев.

Сред наградените тази година бе и Димитър Бербаатов, който получи специално отличие за създадената от него фондация, която повече от 10 години подпомага младите хора в България да развият своите дарби и им дава шанс да ги споделят със света.

Кремио ЕАД съществува от 17 години. Основният предмет на дейност е производство и продажба на млечни продукти и продукти предназначени за готварството и сладкарството. Компанията предлага своите продукти както на местния,

така и за външни пазари. Към 2017 година продуктите, произведени от Кремио, се предлагат в над 30 държави на 3 континента. В момента в компанията работят над 150 души. За 2017 г. постигнатият оборот е близо 50 милиона лева, а

реализираният обем надминава 27 милиона литра. Над 14 милиона литра готов продукт е насочен към външните пазари, което превръща Кремио в един от най-големите износители на хранителни продукти, произведени в България.

- Кремио ЕАД е компания с дългогодишен опит. Разкажете ни повече за историята на компанията и нейното развитие на българския и на международните пазари.

- Компанията е създадена още през март месец 2001 г. като през годините претърпява множество промени и трансформации. За кратко част от нея беше собственост на немския гигант Мегле. В друг период пък компанията беше част от групата на италианската „КоДаП“, които бяха едни от най-големите производители на сладкарски и готварски кремове в Европа. Оттам идва и нестандартното и успешно за една българска компания в млечния бранш портфолио. До 2013 година основният обем продукция беше насочен към българския пазар, но след това експортните продажби постепенно настигнаха и вече задминават българските.

- Кои са водещите брандове от портфолиото на компанията, познати на българския пазар?

- Безспорно най-познатата ни марка на българския пазар е „My Day“. Продуктите, които продаваме под нея, са основно прясно мляко, детско овкусено мляко, сладкарски и готварски кремове. Освен това сме производител и на много частни марки за големите търговски вериги.

- Какъв процент от производството на компанията е за износ и кои са страните, в които компанията вече се е наложила със свои брандове?

- През 2017 г. повече от половината произведен обем се реализира извън границите на страната ни. Основни пазари за нас са:

Интервю с **ГЕОРГИ ГАНОВСКИ**, Изпълнителен директор на Кремио ЕАД

Ценим партньорството си с Fibank заради нейната гъвкавост



екзотични дестинации като Мадагаскар.

- Какви са последните световни тенденции в бранша?

- Напоследък е тенденция потребителите да се насочват към по-здравословния и балансиран начин на хранене. Все повече се избягва бързото хранене и хората се насочват към приготвяне на храната си вкъщи, или към ресторанти. Кухнята на българина се разнообрази много в последните години. Досега до множество нови продукти, както и възможността да се опитат различни типове кухня /гръцка, италианска, японска/, все повече разнообразяват менюто на българина без да изключват от него и традиционните за страната

ни ястия. Друга тенденция е да се търсят продукти гарантирано произведени без определени алергени, например глутен или лактоза. Потребителите постепенно се насочват и към по-свежи продукти. Например преди 7-8 години т.нар УНТ мляко / Ultra-high-temperature/ беше по-предпочитан продукт за българите поради 6-месечния срок на годност. Днес потребителят предпочита пастеризирания млека с 35 дни срок на годност.

- Какво е нужно, за да бъдете винаги актуални и потребителите да ценят продуктите на компанията?

- Нужно е на първо място да познаваме нашите потребители, да познаваме техните нужди и желания

както и непрекъсната комуникация с тях. Нужно е и непрекъснато да „сверяваме часовника“ със световните тенденции в бранша, за да можем своевременно да отговаряме на новите изисквания на потребителите. И не на последно място е нужно да предоставяме и гарантираме високото качество на произвежданите от нас продукти.

- Разкажете ни за партньорството на Вашата компания с Fibank.

- Ценим партньорството си с Fibank заради нейната гъвкавост. Това е банката, която на този етап отговаря на всички наши изисквания и ни дава една сигурна база за бъдещ растеж!

- Какви са плановете Ви за развитие на компанията?

- Да продължаваме да увеличаваме броя на експортните дестинации. Последните години те се увеличават с около 10-ина държави годишно. Освен това ще продължим да развиваме нови иновативни продукти, най-вече в готварството. Ще се стараем все по-добре да задоволяваме изискванията на различните готварски традиции, като например тези на Арабския свят, Африканските и Азиатски пазари.

Визитка

ГЕОРГИ ГАНОВСКИ стартира своята кариера като производствен директор в Кока-Кола. Впоследствие 5 години заема длъжността генерален директор на Агрима /производител на безалкохолните напитки на Pepsi CO/. Следват 2 години като CEO на Обединена млечна компания /ОМК/, производител на марката Верея. Последните 8 години заема длъжността CEO на Кремио ЕАД. Има богат опит в производството и продажбата на бързооборотни стоки.

Турция, Гърция и Румъния. Наши продукти има на пазарите в Испания и Португалия, а дори и в доскоро



ТЕНДЕНЦИЯ

Клиентите на кои банки са най-активни?



Безналичните плащания се увеличават. Тази тенденция е видна от повече от 10 години. Българинът все по-често предпочита да не издува портфейла си с банкноти и монети, а просто да носи обикновена банкова карта. Статистиката на БНБ показва, че за 2016 г. над 5 млрд. лв. са минали през банкови карти. В страната има над 7300 банкомата и над 82 000 ПОС терминални устройства. На фона на тези данни изчезващите банкноти и монети от портфейлите ни изглеждат повече от логично.

Тези данни обаче очертават само една обща рамка на развитие на безналичните плащания, но публичността статистика не дава възможност да се вникне в детайли и да се проследи активността на самите потребители. Миналата година Министерството на финансите задължи всички държавни институции и общини да сложат ПОС терминали, за да гарантират на хората, че разплащанията с хазната ще могат да стават безкасово. Това провокира и Visa България да организира в началото на тази година игра с награди за всички свои картодържатели. Всеки,

който плати своите данъци и такси в периода 19 февруари до 29 април 2018 г., има възможност да спечели две специални награди. При плащане с карта Visa на ПОС терминал в съответната общинска институция могат да бъдат спечелени всяка седмица по три мобилни телефона iPhone X. А при плащане онлайн с Visa потребителите се включват автоматично в ежедневно телгене на 10 външни батерии за телефон.

Победителите за първите 2 седмици от промоционалната кампания вече са известни. Данни, които са публикували за тях от Visa, показват, че най-активни в кампанията са картодържателите от Fibank. От общо 216 победители клиенти на банката са 136 човека или 63% са използвали карти Visa, издадени от Fibank. Сред останалите 80 победители, най-голям брой са тези на Райфайзенбанк – 26 човека и Юробанк България/Пощенска банка - 9. Данните показват, че високата активност на клиентите на ПИБ се запазва константна, като и през първите три седмици на промоцията техният брой изпреварва съществено клиентите с карти, издадени от други банки.

■ ИНТЕРВЮ ■

Промоционални условия по кредитните карти на Fibank

■ Интервю с Боян Думанов, Ръководител „Анализ и одобряване на кредитни карти и овърграфти“

- Кредитните карти са все по-предпочитан кредитен продукт, особено когато става въпрос за пазаруване онлайн и пътуване в чужбина. Какви са новите промоционални условия, които банката предлага?

- От началото на месец март предлагаме кредитни карти на промоционални условия. Стремим се всяка година да предложим нещо интригуващо и съобразено с пазара. Промоционалните условия по кредитните карти на Fibank включват:

- 1/2 лихва за първите дванадесет отчетни периода от момента на издаване на картата;
 - 1/2 такса годишна поддръжка за първата година;
 - 1/2 такса теглене на банкомат на Първа инвестиционна банка до 31 декември 2018 г.
- Срокът на промоцията е до 30.06.2018 г.

- **Всички се вълнуват от възможностите, които предлага дигитализацията в банковия сектор. Какво ново в тази посока предлага Fibank, когато говорим за кредитни карти?**

- С иновациите при кредитните карти от Fibank, клиентът може всичко с едно докосване на телефона. С навлизането на smart телефоните в ежедневието ни, работим в посока всичко да става с едно докосване на дисплея. Благодарение на страхотното мобилно приложение MyFibank клиентът може да следи трансакциите с картата и месечното си извлечение. Да активира или ограничава определен тип плащане – например на ПОС или в интернет. Ограничение при плащане с карта може да бъде поставено дори



и по територия - в България или в чужбина. Клиентите на Fibank могат да променят лимити на своята карта в реално време чрез MyFibank.

Благодарение на дигиталната кредитна карта Mastercard нашите клиенти плащат директно със своя телефон на ПОС терминала. Тук получават и бонус – изненаданата реакция на търговците при този тип плащане.:

Всичко това става бързо, интуитивно и без допълнителен разход за клиентите.

Тук е моментът да благодаря за съдействието на колегите от Виртуалния банков клон и на Картови разплащания, благодарение на които Fibank печели множество международни отличия за дигитална и технологична банка, която предлага на своите клиенти винаги най-актуалните и иновативни продукти и услуги в сферата на банкирането.

- **Как клиент може да подаде искане за кредитна карта?**

- Това вече става буквално за минути и е максимално опростено – освен по стандартния начин с посещение на офис на банката, може да заяви карта чрез едно обаждане до Контакт центъра на *bank (*2265), през уеб сайта – cards.fibank.bg или дори през приложението MyFibank на телефона си. Да, през мобилното приложение! Ние сме първите, които позволяват това – директно през мобилното приложение да кажеш – „Искам тази карта!“

Чрез последните три канала за кандидатстване не е необходимо допълнително посещение на офис предварително. Клиентът може директно да посети банката, за да вземе готовата вече карта, ако бъде одобрен.

Картите ни нямат първоначална такса за кандидатстване или разглеждане на документите.

- **Какви предимства получават клиентите, които избират своята кредитна карта от Fibank?**

- Нашата визия е, че картата трябва да бъде в полза на клиента. Затова освен атрактивни лихвени нива, отстъпки в таксите, лесно управление и кандидатстване, кредитните карти на Fibank предлагат добавена стойност. Това са онези допълнителни предимства, които клиентът получава, защото е притежател на кредитна карта от Fibank.

- безплатна застраховка при пътуване в чужбина от Generali;
- безлихвено ползване на кеш средства или средства за покупки напълно безплатно, ако са изплатени в гратисен период до 45 дни;
- бонус програма - 0.5% cash back при натрупан оборот 2 000 лв. за период от 6 месеца, без таван на върната сума;
- възможност за автоматично погасяване на задълженията по картата от друга сметка на клиента във Fibank;
- възможност да се следят всички трансакции, извършени с Вашата карта, чрез абонамент за услугата „SMS авторизация“;
- 24/7 денонощна поддръжка от Картов център;
- защита от злоупотреби, гарантирани от чип технологията;
- застраховка от FiHealth в България и чужбина, безплатна за първата година;
- висока сигурност за безконтактни плащания;
- възможност за издаване на допълнителни кредитни карти към вече съществуваща картова сметка на роднини или близки, навършили 18 години;
- Отстъпка от 3% при резервация в Booking.com с карта от Fibank.

Повече за промоционалните условия можете да научите на сайта на банката >> fibank.bg

■ ЛЮБОПИТНО ■

АНТОН
ОРУШ

Гост-автор

www.sandacite.bg - Българският портал за стара техника

Днес ще повдигнем булото над една тайнствена личност. На 10 януари 1944 г., при една от англо-американските бомбардировки над София, под развалините на сграда загива един талантлив българин. Кой е Владимир Шопов и с какво е важна неговата работа?

Малко се знае за неговия живот. Той е завършил инженерното си образование в Германия, а след това вероятно е работил в гр. Брауншвайг. През 30-те г. творческата работа на В. Шопов е в своя апогей.

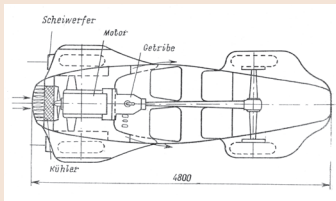
В края на 20-те и началото на 30-те аеродинамиката при леките коли е много слабо застъпена. Автомобилите имат лоша обтекаемост - множество издадени точки по каросерията пречат на правилното ѝ обтичане от насрещния въздух. При ниски скорости това не е проблем, но колкото повече се увеличават километрите в час, толкова по-голяма част от мощността на двигателя ще отива само за преодоляване на въздушното съпротивление, т.е. поддържането на скоростта ще става с много повече ресурс. Автомобилите стават все по-бързи, проблемът за обтекаемостта - все по-сериозен. От нея зависят също така динамиката на колата и разходът на гориво.

И инж. Шопов се заема с тази актуална и належаща за времето си задача! През м. септември 1932 г. той публикува в авторитетното германско автомобилноинженерно списание „Мотор-Критик“ три скици на коли, притежаващи неочаквано авангардни за времето си каросерии. При вглеждане те напомнят за модели, произведени 15-20 г. след това.

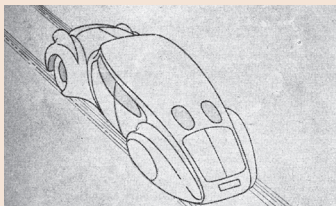
Инженер Шопов и аеродинамичната кола



Инженер Шопов през 1935 г.



Спортен аеродинамичен автомобил, проект на инж. Шопов от 1932 г.



Друг аеродинамичен автомобил, проект на инж. Шопов от 1932 г., с отлично оформена задна част.

Цялата идея на инж. Шопов се обединява от стремежа да разработи нов външен контур на автомобилната каросерия, който да няма нищо общо с дотогавашните разбирания и образци. Например, той смята, че стърчащите и пречещи на въздушното течение елементи трябва да са монтирани под гладка обвивка. Преоформени са фаровете и задните светлини, а предната и задната броня, клаксонът и дори гумите е предвидено да влязат под обвивката! Променени са калниците, защото целта е всеки да покрива напълно колелото

под него. Каросерията като цяло е удължена, а изглаждането засяга дори и задната част, за да се неутрализират завихрянето от въздушния поток и задържащите сили. Двете резервни гуми, вместо да стърчат отзад, влизат в удълбочения за целта багажник.

Долната част на автомобила е също преосмислена. Там стремежът, освен максимална обтекаемост, е всички части (като спирачки, полуоси, ресори, карданен вал, диференциал...) да се намират зад броня, която да ги защитава от удари и замърсяване. Тази долна обвивка оптимизира движението на въздухопотока между колата и терена, върху който се движат.

Всички тези инженерни решения оформят облика на един нов автомобил - машина, съвсем различна от онова, което може да се види по световните пътища към 1930-2. По времето, когато аеродинамиката при леките коли тъкмо прохода и съществуващите образци предлагат единични, отделни подобрения, инж. Владимир Шопов създава цялостна концепция за свръхобтекаем автомобил - една каросерия на бъдещето. При това тя е много по-елегантна от всичко дотогава.

Да проследим обаче как продължава историята. След като публикува своята статия в „Мотор-Критик“, авторът ѝ изпраща проектите си до няколко западни автомобилнопроизводителя - „Даймлер-Бенц“, „Дженеръл мотър“, „Пежо“ и „Фарман“. Отговорите оттам са двузначни. От една страна, чертежите, скиците и готовите макети са задържани немалко време, но пък получените писмени отзиви гласят, че „решенията са, без

съмнение, твърде интересни, но няма възможност да бъдат осъществени засега“. Несериозно е обаче да смятаме, че толкова големи и мощни автомобилни компании биха изпуснали възможността да изучат, заснемат и въобще всякак да извлекат от материалите на инж. Шопов онова, което би им се видяло полезно. Ако отминаха лекомислено и незадълбочено толкова задълбочени работи в областта на автомобилното дело, тези компании просто не биха били това, което са. Още повече, че в едно от писмата си инж. Шопов изрично подчертава, че публикува и изпраща своя труд не за да търси материални облаги, а за да подпомогне развитието на новите, по-съвършени аеродинамични форми.

Ако разгледаме множество автомобили, произведени 5-15-20 години след 1932, ще видим как отделни решения на инж. Шопов сякаш са приложени в тях. Нямаме доказателства, разбира се, за преки случаи на плагиатство, но е факт, че визионерът инж. Владимир Шопов е предвидил бъдещото развитие на автомобилните каросерии и е работил всеотдайно за по-бързото им усъвършенстване. Той не е заявявал патенти. Дали някъде някой проектант е използвал идея директно от получените от българина материали? Тайна!

След няколко години във Франция и Германия, в края на 30-те инж. Шопов се завръща у нас и продължава усърдно да мисли и работи. Сред тогавашните му творби са проект за иновативен аеродинамичен автобус, авангарден самолет (също предоставен на компанията „Фарман“ за мнение), редица подробни планове за бъдещо летище в София и какво ли още не...

*Публикуваният материал изразява единствено мнението на гост-автора и съдържа данни от източници на информация, ползвани от автора на статията.



Дирекция „Корпоративни комуникации“

ИВАЙЛО АЛЕКСАНДРОВ -
Директор „Корпоративни комуникации“

Десислава БОГДАНОВА -
Отговорен редактор
Христо ХРИСТОВ - Менеджър
„Корпоративни комуникации“

Златко СТОЯНОВ - Менеджър
„Корпоративни комуникации“
Данира ДОСПЕВСКА - Специалист
„Корпоративни комуникации“

печат: ROPRINT

■ НИЕ ОТ FIBANK ■

Fibank представи своята специална програма Smart Lady, насочена към жените в бизнеса

На стилна работна закуска Fibank представи своята специална програма, насочена към жените в бизнеса. Тя е плод на проучвания и разговори с експерти и бизнес дами. „Целта, която банката иска да постигне с нея, е да се утвърди като успешен бизнес партньор на всяка дама, решила да пребори клишетото, че бизнесът е запазена територия само за мъже.“ Това заявя г-жа Севдалина Василева, Изпълнителен директор на Fibank, при представянето на параметрите на програмата.

Името на програмата е Smart Lady. Г-жа Василева представи новите перспективи, които разкрива програмата за жените в бизнеса. Тя е компилация не само от възможности за кредитиране, насочени към бизнес дамите, но включва в себе си редица други финансови и нефинансови решения, които да предложат на дамите подкрепа, сигурност и спокойствие. Smart Lady надгражда и доразвива уникалната за българския пазар линия кредитни карти First Lady, която Първа инвестиционна банка и Diners Club предложи на бизнес дамите.

Програмата Smart Lady предлага широка гама от кредитни продукти при преференциални и същевременно гъвкави условия, като ниска цена и такса по кредитите, удобни погасителни планове, дълг срок на изплащане – до 15 години за инвестиционни кредити и до 5 години за оборотни средства. Банката също е предвидила и възможност за цялостно обслужване на бизнеса на дамите, както и специален пакет с грижа към служителите на фирмата, който включва комплексна оферта с преференции по всички банкови продукти и услуги, както и допълнително здравно осигуряване за достъп до качествени здравни услуги и про-



филактика. Кандидатстването по европейски проекти също е застъпено, като тук Fibank предлага на дамите не само

консултиране и изготвяне на пълната документация за кандидатстване, но и последващо финансиране за реализацията на проекта при неговото одобрение.

По време на майчинство дамите ще получат възможността да намалят месечните си вноски до 75% в период от 15 месеца. През това време банката няма да изисква вноска по главницата на използвания кредит. Към програмата Smart Lady се предвиждат и редица допълнителни привилегии като спестовна сметка с нарастваща доходност за бъдещето на децата, кредитна карта First Lady с включена застраховка при рак на гърдата, отстъпки при покупки в над 400 търговски обекта, достъп до ВИП салони на летищата и редица други клубни привилегии.

Едно от най-големите преимущества, които получават дамите при използване на програмата Smart Lady, са двете специално разработени застраховки – „Здраве“ и „Спокойствие“, които се предлагат съвместно с FiHealth Застраховане.

Съществено преимущество за бизнес дамите е, че Fibank ще им осигури финансов гръб и ще си сътрудничи с тях във всеки един етап от тяхното развитие. Банката ще проведе редица конференции, обучения и информационни семинари, където дамите ще могат да обменят опит и да получат професионални съвети. Предвижда се изграждане на електронна платформа, чрез която те ще могат да се обучават и информират дистанционно по актуални за тях теми.

Партньор на Fibank по програмата са Mastercard и Съюз Произведено в България. На работната закуска присъства и г-н Кънчо Стойчев, социолог и председател на Управителния съвет на „Произведено в България – Съюз на малкия и среден бизнес“. Той представи обществените тенденции и стереотипите по отношение на жените в бизнеса, новите предизвикателства пред тях във все по-глобализация се и дигитализиращ се свят.

На събитието присъства и г-жа Надя Кошинска, Член на Управителния съвет на Fibank и директор „Банкиране на малки и средни предприятия“, която говори за новите възможности и ролята на банките в подкрепа на развитието на жените в бизнеса. Г-жа Кошинска представи позитивния опит и добри примери, които е натрупала Fibank в своята 25-годишна история.

Повече за програмата можете да научите на: <https://fibank.bg/bg/biznes-programa-smart-lady>

