

ŞİŞECAM

30 ДОСИЕ

“ШИШЕДЖАМ” ПО СВЕТА: ИТАЛИЯ

38 ЗА МУЗЕЙНОТО ДЕЛО
СЪС СУНАЙ АКЪН

48 ИЗЛОЖБИ,
ОТДАДЕНИ НА
СТЪКЛОТО

52 ДОБРОВОЛЦИТЕ НА
„ШИШЕДЖАМ“ В БОСНА И
ХЕРЦЕГОВИНА

Simple is beautiful



Iris Apfel

3. ~~С~~ЪДЪРЖАНИЕ



ŞİŞESAM

Собственик & Главен редактор
Хале Елиф Ергюн

Адрес на управление
Кв. „Ичмелер“
бул. „Д-100 Карайолу“, № 44А
34947 Тузла/ИСТАНБУЛ
Т 0 850 206 50 50

Издава се за служителите на „Тюркийе Шише ве Джам Фабрикаларъ“ АД и свързани институции

Продуцент
АжансМедя
Бул. „Мим Кемал Йоке“
Бл. „Арел“ № 6, ап. 5
34367 Харбийе/Шишли
Т + 90 212 287 19 90
www.ajansmedya.com

Редактор
Мерве Йълмаз

Арт редактор
Белма Сарачъ

Сътрудници
Елиф Ерен Алтънарък
Бану Карадуман

Печат
„Дюня Супер Веб Офсет“ АД
Издателска къща „Глобус Дюня“
Кв. „100. Йъл“,
34204 Багджълар/Истанбул
Т 0212 440 24 24

Всички права на текстовете и изображенията са запазени. Не могат да се копират и размножават без разрешение.

TÜRKİYE \$ BANKASI
Учреждение на
Турска банка „Иш“.



04 -23 **НОВИНИ**

24 **ДИГИТАЛЕН ЖИВОТ**



26 **ТЕХНОЛОГИИ**
Клиентско пътешествие и потребителски експириънс

28 **УСТОЙЧИВОСТ**
Полово разделение при използването на мобилен Интернет и мобилни телефони



30 **ДОСИЕ**
„Шишеджам по света“:
ИТАЛИЯ

38 **РЕПОРТАЖ**
За музейното дело със Сунай Акън



40 **ПЪТЕШЕСТВИЕ**
Най-добрите есенни маршрути



44 **ГАСТРОНОМИЯ**
Пълна купичка вкус



48 **ИЗКУСТВО**
Изложби, отдадени на стъклото

52 **СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ**

Първата спирка на Доброволците на „Шишеджам“ в чужбина - Босна и Херцеговина

58 **ОТ НАС СЕГА!**
Време за събития

60 **ОТ ПРЕСАТА**

62 **ИНДУСТРИАЛНИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ**

63 **ЗДРАВЕ**
Какво представлява имунната система и как можем да я подсилим?

“ПАШАБАХЧЕ”

ПРИДАВА УДОВОЛСТВИЕ КЪМ ЖИВОТА С НОВИТЕ СИ ПРОДУКТИ

С НОВАТОРСКИТЕ ДИЗАЙНИ НА „ПАШАБАХЧЕ“ ЕСТЕТИЧЕСКИЯТ ВИД НА СЪКЛОТО Е ПО ТРАПЕЗИТЕ.



ПРИЯТНИ ЗАКУСКИ С

MARMELADE

С новите купички „Marmelade“, „Пашабахче“ пренася блясъка на съклото в трапезите. Купичките „Marmelade“, които заеха място в рафтовете с двете си разновидности, се предлагат във вариантите с изтънчени мотиви на сърчица и различни надписи по себе си. „Marmelade“, които са идеалният избор за незаменимите мармалади и конфитюри в закуските, придават колорит на трапезите.

НОВИ СЕРИИ ЧАШИ

ОТ „ПАШАБАХЧЕ“

НОВАТОРСКИЯ ДИЗАЙНЕРСКИ ПОДХОД НА „ПАШАБАХЧЕ“ НАМИРА ОТЗВУК В ЧАШИТЕ „VELASCO“, „WAVY“ И „MONTIS“.

„Пашабахче“ продължава да добавя нови чаши към ослепителните си серии. Новите серии на „Пашабахче“, който с разнообразието си от продукти винаги предлага алтернатива за всеки вкус, „Velasco“, „Wavy“ и „Montis“ придават необичаен нюанс на почерпките. С класическата си овална структура „Velasco“, която се състои от 3 чаши, представя изискана алтернатива, както за ежедневното поднасяне, така и за специалните случаи. Серията „Wavy“ с нагънатата си структура, серията „Montis“ със специалната си форма предоставят изящни и шикозни алтернативи за онези, които искат да почувстват по-силно аромата на напитката си.



ЧЕРТИ ОТВЪД ВРЕМЕТО
В СЕРИЯТА

TIMELESS

SERISİNDE

„Пашабахче“ продължава да добавя нови продукти към серията си „Timeless“. Новите чаши на серията, които с дизайна си отвъд времето и качеството си придават елегантност на разговорите, се представи на вниманието на любителите на съклото. Чашите с „Timeless“ десен и декорирана с брокат отдолу част за отпиване, с новите си черти гарантират по-голямо удоволствие при пиене.



НОВИТЕ МИДИ

ЙЕНСКИ СЪКЛА

БОРДЖАМ УЛЕСНЯВАТ ЖИВОТА.



„Миди Борджам“ серия, която с подобренията си форма осигурява здравословното изпичане на домашно приготвените хлябове и кексове, е идеалният помощник.

С новата си серия „Миди Борджам“, „Пашабахче“ представя три борджам продукта с различни размери, които са проектирани с изискан и лек дизайн. Миди борджам продуктите са с формата на каре, правоъгълник и форма за кекс и с удобните си дръжки пестят време в кухнята. Новата

НЕПОВТОРИМИ ДИЗАЙНИ ОТ NUDE

С НЕОБИКНОВЕНИТЕ СИ ПРОДУКТИ NUDE ПРИНАСЯ ИЗЯЩНАТА ЕЛЕГАНТНОСТ В ЖИЛИЩНИЯ ПРОСТРАНСТВА.



ПОДНАСЯЙТЕ С НАСТРОЕНИЕ НА ПОДНАСЯНИТЕ С ПРОДУКТИ С

JOUR



С колекцията си Jour, Nude предоставя заедно, както комфорт, така и практичност и естетика. Jour, която е сътворена от френския дизайнер Инга Семпе, се състои от кани, гарафи, чаши за алкохол и водни чаши. Елегантната колекция, с изящните си гънки, акомпаниращи кръглите и квадратни форми, придава една различна енергия към поднасянията на пиетата. Можете да откриете колекциите на Nude в Магазини „Пашабахче“ или на адрес: www.nudeglass.com.

ДИЗАЙНИ, КОИТО ОБЕДИНЯВАТ
ДИЗАЙНА С ИЗЯЩНОСТ:

BERET И WAYNE

NUDE ОБЕДИНЯВА ЕЛЕГАНТНОСТТА И ПРАКТИЧНОСТТА С КОЛЕКЦИИТЕ BERET И WAYNE.

Колекциите „Beret“ и „Wayne“ на представителя на изчистената естетика Nude, омагьосват с изящните си дизайни. Серията „Wayne“ от на Умут Караджа от дизайнерския екип на Nude, се състои от чаши, които извеждат на преден план естетичния вид и блясъка. Долните и горните части на чашите, които се отделят една от друга с изисканост, обогатяват случайните разрези и усилват ефекта на отражението. Хоризонталните канали, намиращи се под съклото пък задълбочават блясъка на продукта и му предават изящност.

**КОЛЕКЦИЯ BERET
С ОСЛЕПИТЕЛНИТЕ СИ ЦВЕТОВЕ**
Колекцията „Beret“, създадена

от известния немски дизайнер Себастиан Херкнер за „Nude“, която се състои от нежни купи за съхранение в три различни размера, черпи вдъхновение от известната френска шапка „барета“. Колекцията, която излезе за пръв път на показ на „Maison & Object Paris“ - едно от изложенията, които определят световните дизайнерски тенденции, излиза на преден план с ослепителните си цветове. В колекцията „Beret“, която се състои от комбинацията на най-популярните за сезона карамелени, амбра, кобалт и петролено зелено цветове и представя алтернативи в три различни размери, съдове в меки цветове се обединяват с месингови капаци и образуват изчистена и елегантна визия.



МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“ ПОСРЕЩАТ НОВИЯ СЕЗОН С НОВИ ПРОДУКТИ

ЗА ОНЕЗИ, КОИТО ИСКАТ ДА ДОБАВЯТ УДОВОЛСТВИЕ КЪМ ЕСЕНТА – ИЗБОР ОТ ХИЛЯДИ ПРОДУКТИ В МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“



ГЪОБЕКЛИТЕПЕ

ЗАЕ СВОЕТО МЯСТО В „СВЕТОВНОТО НАСЛЕДСТВО В СЪГЛАСИЕ“

ГЪОБЕКЛИТЕПЕ, КОЙТО ВЛЕЗЕ ЗА ПОСТОЯННО В СПИСЪКА ЗА СВЕТОВНОТО НАСЛЕДСТВО НА ЮНЕСКО, Е В МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“ С РЪЧНО ИЗРАБОТЕНИ СТАТУЕТКИ.



С колекцията си „Световното наследство в стъкло“, която е един неповторим пример за разбирането за автентичен дизайн, Магазини „Пашабахче“ продължава да създава осезаемост за опазване на общочовешкото световно наследство, да поддържа живи културните и исторически ценности, разрушени или унищожени поради различни причини и да запознава по-широките маси от хора с тях. Колекцията „Световното наследство в стъкло“, която се състои от специално изработени в лимитирани количества продукти, сега представя на вниманието на любителите на историята и изкуството продукти, вдъхновени от Гъобеклитепе, който навлезе за постоянно в Списъка за световното наследство на ЮНЕСКО. Статуетката „Обелискът на Гъобеклитепе“ и фигурата „Гъобеклитепе“, които участват в колекцията, са произведени от ръчно изработени стъкло, а формата им е придадена с техниката „pate de verre“.

НОВИ ПРОДУКТИ ОТ „ПАШАБАХЧЕ“

НА ТЕМА „СВЯТ“

ПРОДУКТИТЕ НА ТЕМА „СВЯТ“, СЪСТОЯЩИ СЕ ОТ 7 ЧАСТИ, ПРИДАВАТ ИЗИСКАНА ЕЛЕГАНТНОСТ НА ПРОСТРАНСТВАТА

С новите си продукти на тема „Свят“ Магазини „Пашабахче“ представят изключително елегантни алтернативи. При новите продукти по които картата на света, паралелите и меридианите са изтълуквани по естетически начин, стъклото и златните нюанси създават прекрасна хармония. Продуктите, които отразяват красотата на света ни в жилищата и офисите, в същото време се явяват и като прекрасен избор за онези, които търсят специални подаръци за любимите си хора. Новите продукти на тема „Свят“ се предлагат в Магазини „Пашабахче“ и онлайн на адрес: www.pasabahcemagazalari.com.tr.

OMNIA

КОЛЕКЦИЯТА ВОДА ПРОДЪЛЖАВА ДА НАРАСТВА С НОВИ ПРОДУКТИ



Колекцията „Omnia“, която Магазини „Пашабахче“ реализираха през 2015 г. с визията да се пренесе автентичното турско стъklarство, подхранвано от културата и традициите, към бъдещето, продължава да се разширява с неповторими продукти. С дизайните си, чрез които привличат внимание върху значението на околната среда и водата, световно известни дизайнери и млади таланти, фокусирани върху темата за водата, се радват на вниманието на любителите на историята и изкуството. „Купа топография“, която е един от новоприсъединените към колекцията продукти, е проектирана от постигналия множество международни успехи млад дизайнер Билге Нур Салтък. Дизайнът на стъклена купа и коркова табла на Салтък разделя водата и почвата. А пък „Риба“, проектирана от MU.CA Studio с вдъхновение от тюркоазеното Егейско море и рибите, наред с това, че е чаша с естетически дизайн, създава алтернатива за съхранение за тесните пространства с възможността си за прибиране една в друга. Мотивите на вълни по чашата пък дават идея за количеството на напитката в нея.

МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“ ПРЕНАСЯТ ЕНЕРГИЯТА НА

ЕСЕНТА

ПО ДОМОВЕТЕ

С любимите цветове на есента Магазини „Пашабахче“ придават топъл уют в помещенията. За онези, които искат да създадат есенна атмосфера в домовете си, се предлагат вази, свещници, кандила и аксесоари, отразяващи тихия мир на есента. Аксесоари в петролено зелено, амбра, опушени и канелени цветове, вдъхновени от природата, образуват изключително приятни гледки, гарнирани с изсушени цветя и листа. А свещниците и кандилата добавят романтика на обстановката. Чиниите и декоративните статуетки, притежаващи натуралните тонове на зеленото и листни мотиви пък са алтернатива за онези, които искат да придадат свежест на дома си.



МАГАЗИНИ

„ПАШАБАХЧЕ“

ПРОДЪЛЖАВАТ ДА СЕ РАЗРАСТВАТ

МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“, КОИТО ОТВОРИХА ВРАТИ С НОВИ МАГАЗИНИ В ИСТАНБУЛ И АНТАЛИЯ, ПРЕДСТАВЯТ СТОТИЦИ ПРОДУКТИ НА ВНИМАНИЕТО НА КЛИЕНТИТЕ.

Магазини „Пашабахче“ продължават да се разрастват. След като към веригата си от магазини добавиха новите си магазини в „Акмеркез“ - Истанбул и Търговски център „Агора“ в Анталия, броят на Магазините „Пашабахче“ се увеличи на 52. Магазини „Пашабахче“, които се срещнаха с клиентите в една от точките фаворити - „Акмеркез“ в Етилер, предоставят на вниманието на клиентите новата си концепция и продуктите, които добавят ценност към живота. С една доста широка гама от продукти Магазини „Пашабахче“ събират заедно изключително специални изделия от уважавани дизайнери на марката на „Nude“ в магазина си в „Акмеркез“. В магазина от 350 квадратни метра в които са поместени темите „Бит“ и „Бутик“, срещат стотици чаши, гарафи, вази, купи, рамки, аксесоари за трапезата и кухнята и още много продукти с алтернативи за всеки вкус и бюджет с клиентите. С магазина си в Търговски център „Агора“ пък Магазини „Пашабахче“ откриват втория си магазин в Анталия. В новия магазин от 406 квадратни метра, се предлагат около 5 хиляди продукти под концепциите „Бит“ и „Бутик“.

“ПАШАБАХЧЕ”

СЕ РАДВА НА ГОЛЯМО ВНИМАНИЕ
НА ИЗЛОЖЕНИЕТО “HOUSEHOLD”

С най-новите си продукти и серии „Пашабахче“ зае мястото си на изложението „Household Expo“, организирано в Русия. „Household Expo“, който е един от най-големите панаири за сувенири, се проведе между 11-13 септември в “Crocus Expo”(International Exhibition Center) в Москва. Изложението, което достигна до 22. си годишнина, домакинства на 750 фирми и 17 хиляди и 500 посетители от 50 държави. По време на изложението „Пашабахче“ представи най-новите си продукти и серии на вниманието на професионалистите от сектора и посетителите. Щандът на „Пашабахче“, който разгърна широка гама от продукти, се радва на голямо внимание от страна на посетителите.



“ШИШЕДЖАМ ДЮЗДЖАМ”

НА ИЗЛОЖЕНИЕТО „INTERSOLAR”



Изложението „Intersolar“, което събира заедно сектора за слънчевата енергия, тази година се проведе между 20-22 юни в Мюнхен. На специалния си щанд от 50 квадратни метра „Шишеджам Дюзджам“ представи на посетителите на изложението високопропускливите си заскрежени стъкла с ниско съдържание на желязо, които осигуряват максимална ефективност и стъклата с анти рефлексивно покритие, които разработи специално за използване при стъклените панели.

“ШИШЕДЖАМ ХИМИКАЛИ”

СЕ СРЕЩНА

С ПРОИЗВОДИТЕЛИТЕ НА
КОЖАРСКИЯ СЕКТОР В КИТАЙ

Shanghai Trading Co. Ltd., свързан към „Шишеджам Химикали“ участва на едно от водещите изложения на кожарския сектор – изложението „All China Leather Exhibition“. Панаирът, който тази година се проведе между 29-31 август в Шанхай, събра заедно важните играчи на кожарския сектор. На изложението, наред с екипа за продажби на „Шишеджам“ - Шанхай участваха и Зам. Председателя по маркетинг и продажби на Група „Шишеджам Химикали“, Началник „Продажби“ за чужбина Гюлен Туран и Представителя за продажби в чужбина Илхан Айдан. В обхвата на изложението се привлече внимание върху продукта на „Шишеджам Химикали“ „Танкром“, който е лидер на глобалния пазар на базовия хромов сулфат и се проведеха срещи с лидерите на сектора, клиентите и бизнес партньорите в чужбина.



МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“

СПОНСОР НА ПРОЕКТА
„4. ДИЗАЙН БИЕНАЛИ -
ИСТАНБУЛ“

С КОЛЕКЦИЯТА СИ „OMNIA
ВОДА“, МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“
СТАНАХА СПЕЦИАЛЕН СПОНСОР
НА ПРОЕКТА „4. ДИЗАЙН НА
БИЕНАЛИ“, РЕАЛИЗИРАН ОТ
СТРАНА НА IKSU.

С колекцията си „Omnia Вода“, Магазини „Пашабахче“ станаха специален спонсор на проекта „4. Дизайн Биенали“, реализиран от Фондация за култура и изкуство – Истанбул. в сътрудничество с Магазини „Пашабахче“, 4. Дизайн Биенали – Истанбул, което постави във фокуса си въпроси като „С какво обучението по дизайн може да бъде различно? Какво можем да научим от новото и старото? Как може да обединим традиционното с технологиите? Как можем да произвеждаме различно в различните мрежи и какви алтернативи можем да създадем?“, се среща с посетителите си между 22 септември – 4 ноември.

На биеналето намери живот проектът „Algae Lab“, (Лаборатория за водорасли), адаптирана към Истанбул от Директора по арт изследвания на Luma Хенриет Уаал. В обхвата на проекта, статуетките на Ердем Акан в проекта „Omnia“/“From Istanbul to Beijing With Love” (“От Истанбул за Пекин с любов”) се произведоха триизмерно с 3D принтер, използвайки водорасли. Този проект, който се фокусира над морските водорасли, които не се харесват много, защото се възприемат като плевели, акцентира върху значението на това да



не забравяме предположенията си относно ценността на материала и околната среда. В разработките в ателие на проекта, продуктите се проектираха с вдъхновение от Колекцията от стъклени произведения, която се намира в новата централа на „Шишеджам“. Тази колекция, която се състои от стари стъклени произведения, колекционирани в резултат на дълъг и изискателен труд на „Шишеджам“, продължава да се съхранява и показва в специална зала в сградата на централата на „Шишеджам“.

ЧАШИТЕ ЗА ЧАЙ ОТ МИНАЛОТО ДО ДНЕС

В обхвата на проекта „Институт за неясни стандарти“, чашите за чай, проектирани от ценните дизайнери на Магазини „Пашабахче“, под заглавието „Неясните стандарти на порцията“ се създаде изложение „Училище за мерките“ в Музея „Пера“. Колекцията, което се състои от чаши за чай с различни форми и размери, посочва, че и мярката за порция е толкова течна и подвижна, колкото напитката в чашата. На биеналето „The Incebelli“ пък се създаде от Корай Йозген за колекцията „Omnia“ като се взе средната аритметична крива на чашите, произведени до днес от „Пашабахче“.



НАЙ-НОВИТЕ ДИЗАЙНИ НА NUDE

СЪБРАХА ПОГЛЕДИТЕ ВЪРХУ
СЕБЕ СИ
НА ИЗЛОЖЕНИЕТО
“NEW YORK NOW”

Първото за годината издание на изложението „NY Now“ в Ню Йорк, което събира два пъти годишно продуктите групи за дома и жилищните пространства с марките за ръчно изработени изделия, се проведе между 12-15 август. С продуктите си, изложени на специалния щанд, „Nude“, който участва на изложението с най-новите си дизайни, срещна голямо внимание от страна на посетителите.

„CHEERS SETS“ СЕ ПРЕЗЕНТИРА ЗА ПЪРВИ ПЪТ НА ИЗЛОЖЕНИЕТО „NY NOW”

Един от най-новите проекти на „Nude“ „Cheers Sets“ се презентира за първи път на изложението „NY Now“. „Cheers Sets“, които се състоят от 3 различни комплекта - „Aperative Set“, „Digestive Set“ и „Festive Set“, частите са подбрани от страна на Дизайнерския екип на „Nude“ от вече наличните колекции, специално за сферите на употреба. Колекцията „Beret“, проектирана от германския дизайнер Себастиан Херкнер с вдъхновение от иконичната френска шапка, „Big Top“, създаден от Юмеус, лампа „Blow“, комплектът от чаши и кана „Parrot“ сътворени от Томас Крал и колекциите „Layers“ са проектирани от Дефне Коз, които се презентираха наред с „Cheers Sets“, събудиха възхищение.

STEM ZERO

СЕ ПРЕЗЕНТИРА
В АНГЛИЯ

На специално събитие организирано в Англия, Колекцията „Stem Zero“, която се отличава със своята лекота и изящност, се представи на професионалистите на сектора и английската преса. Събитието „Дегустация със Stem Zero“ се осъществи на 17 юли в „Mews of Mayfair“ в Лондон. След видео презентация, разказваща за специалната „Ion Shielding“ технология на „Шишеджам“, участниците намериха възможност за дегустация с продуктите от колекцията „Stem Zero“. Разнообразните колекции, насочени към линията за почерпки на „Nude“, които също се представиха в обхвата на мероприятиято, получиха положителни оценки от участниците.



“ПАШАБАХЧЕ” ИЗЛЕЗЕ НА ТЕРЕН ЗАЕДНО

С разработката „Всички заедно сме на терен“, през месец август служителите на „Пашабахче“ се срещнаха с клиентите в известните продажбени центрове в Истанбул. С 21 групи, които сформираха, 95 служители, които работят в множество различни департаменти в структурата на „Пашабахче“, осъществиха 93 посещения на терен. Екипите, които направиха вътрешни анализи в продажбените центрове в европейската и азиатската част на Истанбул, проведоха срещи на четири очи с цел да разберат по-добре клиентите, изслушаха техните препоръки и проведоха анкети. Срещите послужиха на служителите доброволци на „Пашабахче“, като представители на марката да придобият по-подробна представа и информация относно очакванията на клиентите и горещите точки за продажба. Извършените анализи и служителите доброволци на „Пашабахче“, които оцениха вижданията на клиентите, посочиха, че клиентите са доволни от марката „Пашабахче“ и констатираха областите, които могат да се доразвият. Планира се, разработката „Всички заедно на терен“ да продължи и през следващите периоди.



ПРОДУКТИТЕ НА “ПАШАБАХЧЕ” В „АМАЗОН“ - ТУРЦИЯ

„ПАШАБАХЧЕ“, КОЙТО ОТКРИ МАГАЗИН В НАЙ-ГОЛЯМАТА ПЛАТФОРМА ЗА ОНЛАЙН ПАЗАРУВАНЕ „АМАЗОН“ - ТУРЦИЯ, СТАНА ПЪРВАТА ФИРМА, ПОЛУЧИЛА КОМЕНТАР В ТУРЦИЯ.

„Пашабахче“ в магазина, който откри за клиентите си чрез най-големия сайт за онлайн пазаруването „Амазон“ в Турция, предоставя възможност за закупуване на продуктите. В магазина на „Пашабахче“ в сайта на „Амазон“ се предлагат най-различни изискани и автентични продукти от чинии до купички, от съдове за съхранение до вази. Заедно с това, че „Пашабахче“ получи първия си коментар чрез сайта „Амазон“ - Турция, коментарите, които пишат потребителите на продуктите изпращат изключително добра обратна връзка относно сътрудничеството на „Амазон“ - Турция с „Пашабахче“. Онези, които желаят да закупят продуктите на „Пашабахче“ чрез „Амазон“, могат да пазаруват в магазина на „Пашабахче“ на адрес: www.amazon.com.tr.





„ШИШЕДЖАМ ДЮЗДЖАМ“

ПРЕЖИВЯ ВЪЛНЕНИЯТА

ПО СВЕТОВНАТА КУПА НА МЯСТО

Между 30 юни – 2 юли, „Шишеджам Дюзджам“ се среща с клиентите си от Русия, Италия, България и Румъния в Москва. Представителите на „Шишеджам Дюзджам“ и клиентите, които споделиха развитията и новостите на пазара, изгледаха футболната среща Русия-Испания с униформите на националния отбор на Русия.

„ШИШЕДЖАМ ДЮЗДЖАМ“
ПОЛАГА ПОДПИС ПОД ПРОЕКТИ ЗА

СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ,

КОИТО БУДЯТ ГОЛЯМ ОТЗВУК

„Шишеджам Дюзджам“, който във връзка с дейностите си на глобалните пазари продължава да реализира уеб сайтове на различни езици, в обхвата на дигиталното преобразуване с всеки изминал ден се докосва до живота на все повече хора, благодарение на мобилни приложения и проекти за социалните мрежи. Акаунтите на „Шишеджам Дюзджам“, „Ъсдджам“ и „Флотал“ в социалните мрежи, състезанията, специалните постове и инфлуенсър комуникациите добавят удоволствие към живота на потребителите.

ДОСТИГНАХА ДО ХИЛЯДИ ДУШИ

Във Facebook страницата на „Ъсдджам“ се проведе състезанието „Снимай гледката си“, което беше открито за участието на всички потребители в Турция. По време на състезанието, което се проведе през месец юли и продължи 15 дни, участниците споделиха гледките, които виждат зад стъклото. На състезанието, което се радваше на голямо внимание, участваха 66 хиляди и 240 души. Чрез социалната мрежа Instagram в страницата на „Флотал“ през месец юни започна проект за инфлуенсър комуникация. В обхвата на този проект, успешни представители в сферата на грима, модата, театъра и изкуството като Фези Алтун, Мерве Офлаз, Мелоди Елбирлер със споделянията си привлякоха внимание върху характеристиките на Огледало на безупречността „Флотал“.



НОВ ПЕРИОД В СТЬКЛАРСКАТА ИНДУСТРИЯ НА ИНДИЯ С

„ШИШЕДЖАМ ФЛАТ ГЛАС“

ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“, КОЯТО ПРЕДИ КРАТКО ВРЕМЕ ЗАКУПИ ИНДИЙСКОТО ДРУЖЕСТВО С ОГРАНИЧЕНА ОТГОВОРНОСТ „HNG FLOAT GLASS“, СЕ СРЕЩНА С КЛИЕНТИТЕ СИ.

След като закупи дружеството „HNG Float Glass“ на което беше съдружник наполовина от 2013 г. насам, на представянията, които организира през месец юли, „Шишеджам Дюзджам“ се среща с клиентите си и предостави информация за новостите, които ще се извършват. На представянията, осъществени под надслова „Building together a new era in the Indian Glass Industry“ (Градим заедно нова ера в стъklarската индустрия на Индия) се прочу, че предприятието ще продължи присъствието си на индийския пазар под наименованието „Шишеджам Флат Глас“.

ОЦЕНИ СЕ ИНДИЙСКИЯ ПАЗАР

На представянията, осъществени на 25 юли в Нови Делхи и на 26 юли в Ахмедабад,



участваха повече от 400 клиенти от страната. На представянията в които се презентираха фирмите „Шишеджам“ и Група „Дюзджам“ с потребителите се споделиха вижданията и целите в индийския пазар. Заяви се, че Групата вижда клиентите си като бизнес партньори и ще постигне целите си заедно с бизнес партньорите си. От своя страна, клиентите, които изказаха удоволствието, което изпитват

от постъпването на глобална фирма като „Шишеджам“ в Индия, предадоха исканията си относно продукти, които да посрещнат нуждите на разрастващия се индийски пазар. Зам. Председателят по маркетинг и продажби на „Шишеджам“ Ебру Шапоглу и Председателят по операции в Индия Каилаш Чандра Джейн, след речите си се срещнаха с участниците в орнизирания коктейл и обмениха идеи.



В сътрудничество с производителя на непроницаеми строителни материали „Tremco ilLbruck“ и фирмата за фасадни системи „Raynaers“ домакинства на мероприятиято „Нови технологии в дизайна на фасадите“. На мероприятиято, проведено в Морския музей в Бешикташ, участваха архитекти, професионалисти от фирмите за фасади и консултанти за фасади, научни сътрудници и студенти. По време на събитието на което се представиха новите продукти и мобилните приложения на „Шишеджам“, се акцентира върху избора на правилното стъкло. Панелът, който се проведе на две заседания, първото от

ПРОВЕДЕ СЕ ПАНЕЛЪТ „НОВИ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНА НА ФАСАДИТЕ“

НА ПАНЕЛА „НОВИ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙНА НА ФАСАДИТЕ“, ОСЪЩЕСТВЕН С ПРИНОСА НА „ШИШЕДЖАМ ДЮЗДЖАМ“, СЕ ОЦЕНИХА ВЪЗДЕЙСТВИЯТА НА ТЕХНОЛОГИИТЕ И ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ ДИЗАЙНА НА ФАСАДИТЕ.

които на тема „Дигитализация при фасадите“, а второто - „Дигитализация при дизайна“, се осъществи чрез комуникационната организация на „Япъ Медия“.

На панела, озаглавен като „Дигитализация при фасадите“, един от съдружниците учредители на Архитекти „Табанлъоглу“ и Генералният Директор на „Werner Sobek“ - Истанбул Йеткин Бентюрк сподели информация относно фасадата и детайлите на проекта AKM. На втория панел под заглавието „Дигитализация при дизайна“ пък, един от съдружниците – учредители на „ТасаръмАТЛАС/ГаражАТЛАС“

съдружника основател Ахмет Бурчин Гюрбюз предаде информация относно дигиталния архитектурен дизайн и VR разработките, учредителят на „Salon Architects“ Алпер Деринбогаз разказа за проектите на помещения, които обединяват новите медийни технологии с дигиталното производство, а съдружникът на Архитекти „GMW“ Диджле Демироглу сподели информация относно BIM и дигиталната архитектура. Освен това, на панела се разгледаха използването на BIM от страна на фирма „Tremco“ в Турция, BIM tool, проектиран за марката ilbruck и употребата му и международните VR проекти на Raynaers.

ПРОИЗВОДСТВЕНИЯТ КАПАЦИТЕТ ЗА СЪГЛЕН АМБАЛАЖ НА ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“ СЕ УВЕЛИЧИ

НА 1.3 МИЛИОНА ТОНА

ОСЪЩЕСТВИХА СЕ ИНВЕСТИЦИИ ЗА НОВИ ПЕЩИ В РАЗМЕР НА ПРИБИЗИТЕЛНО 85 МИЛИОНА ДОЛАРА ВЪВ ФАБРИКИТЕ В ЕСКИШЕХИР И МЕРСИН НА „ШИШЕДЖАМ ДЖАМ АМБАЛАЖ“.



Фабриката на „Шишеджам
Джам Амбалаж“
в Ескишехир
Запалване на пещ

Общността „Шишеджам“, която устойчиво създава ценности за Турция, продължава да прави инвестиции с цел устойчив растеж. С трите си фабрики, които се намират в Бурса, Ескишехир и Мерсин, „Шишеджам Джам Амбалаж“, който заема позицията най-големия производител на съглен амбалаж в Турция, направи нови инвестиции във Фабриката за съглен амбалаж в Ескишехир и Фабриката за съглен амбалаж в Мерсин. С новите пещи, оборудвани с нови технологии в съответствие с насоките на Индустрия 0.4, производствения капацитет на „Шишеджам Джам Амбалаж“ достигна 1.3 милиона тона.

ПЕЩТА ЗА СЪГЛЕН АМБАЛАЖ С НАЙ-ГОЛЯМ КАПАЦИТЕТ В ТУРЦИЯ

Четвъртата пещ, която Общността „Шишеджам“ реализира с инвестиция от 66 милиона долара във Фабриката за съглен в Ескишехир, започна да функционира. Новата пещ, която притежава годишен производствен капацитет от 150 хиляди тона годишно, започна да действа през месец август. 4-тата пещ, която се включи в производството във фабриката в Ескишехир се яви като пещта за съглен амбалаж с най-голям капацитет в Турция.

НОВА ПЕЩ С ПРОИЗВОДСТВЕН КАПАЦИТЕТ ОТ 80 ХИЛЯДИ ТОНА ВЪВ ФАБРИКАТА В МЕРСИН

Четвъртата пещ във фабриката в Мерсин, която ще се реализира с инвестиция от 18,2 милиона долара пък, ще притежава годишен

производствен капацитет от 80 хиляди тона. „Шишеджам Джам Амбалаж“, който с инвестицията си от 33 милиона долара, която осъществи през месец юни миналата година във Фабриката за съглен амбалаж в Мерсин, беше увеличил производствения си капацитет в Турция до 1 милион тона.

ИНВЕСТИЦИИТЕ СА ПОКАЗАТЕЛ ЗА ДОВЕРИЕТО В ТУРЦИЯ

„Шишеджам Джам Амбалаж“, който с общо 2,5 милиона тона/година в четири държави е петият най-голям производител на съглен амбалаж в света, с новите си инвестиции отдава принос, както за икономиката на страната, така и за производството. Заместник Председателят на Управителния съвет и Генералният Директор на Общността „Шишеджам“ проф. д-р Ахмет

Кърман, в изявлението си относно новите инвестиции заяви: „През изминалото време от над 80 години от деня на създаването си, Общността ни е внасяла придобивките си в страната ни и достигнала позиция в която притежава право на глас в собствената си област в света. Ние като Общността „Шишеджам“ провеждаме дейностите си с целта за устойчив растеж. И с въпросната ни инвестиция ще продължим да отдаваме своя принос към икономиката на страната и да създаваме ценности за делоприетателите си. В продължение на речта си, проф. д-р Кърман каза, че като Общност продължават да инвестират безспирно и изрази, че новите инвестиции са показател за доверието, което изпитват към бъдещето на Турция.



Фабриката на „Шишеджам
Джам Амбалаж“ в Мерсин



3 НАГРАДИ С ГОЛЯМО ЗНАЧЕНИЕ

ЗА ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“
ОТ “INSTITUTIONAL INVESTOR”

С разработките си, които създават разлика, Общността на „Шишеджам“ продължава да печели престижни награди на глобално ниво. С успешните си разработки в сферата на управление на финансите, инвеститорски взаимоотношения и бизнес администрациите, в резултат на оценяването, извършено от „Institutional Investor“ със седалище в Ню Йорк, Общността беше посочена в списъка на „Най-престижните дружества“. В резултат на изследването „Управленският екип на развиващия се ЕМЕА регион“, което оцени дружествата в региона на ЕМЕА /Европа, Близкия Изток и Африка/ и се проведе от страна на притежавания от „Euromoney“ „Institutional Investor“, с участието на 328 инвеститора и 189 анализатора, „Шишеджам“ спечели 3 награди наведнъж.

НАГРАДИ ЗА НАЙ-ДОБЪР СФО И НАЙ-ДОБРА ПРОГРАМА ЗА ИНВЕСТИТОРСКИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ЗА „ШИШЕДЖАМ“

С анкетата на “Institutional Investor”, 473 учреждения бяха оценени от инвеститори и анализатори. В резултат на тези оценявания, Общността

В РЕЗУЛТАТ НА
ИЗСЛЕДВАНЕ НА
„INSTITUTIONAL
INVESTOR“ “ШИШЕДЖАМ”
ВЛЕЗЕ В СПИСЪКА
„НАЙ-АВТОРИТЕТНИТЕ
ДРУЖЕСТВА“

„Шишеджам“ спечели 3 награди наведнъж и успя да се нареди сред „Най-престижните фирми“. Докато споре резултатите на анкетата „Шишеджам“ бе удостоен да получи наградите „Най-добър CFO“ и „Най-добре програма за инвеститорски взаимоотношения“, а в сферата на „Най-добри бизнес администрации“ се нареди на второ място. Заместник Председателят и Генерален Директор на Общността „Шишеджам“ проф. д-р Ахмет Кърман, който заяви: „Тези ценни награди, получени от институции с международно признат престиж като “Euromoney” и „Institutional Investor“ са конкретен показател за успехите ни“, изрази, че наградите, получени от „Шишеджам“ са резултат от подхода на Общността за дългосрочен устойчив растеж, който създава ценности и на дейностите, които реализира в този аспект. Общността, която винаги подхожда към инвестициите си с разбиране за прозрачност и достъпност, продължава да се разраства с разбира за управление, което създава ценности не само за себе си, но и за всичките си делопритежатели.

ПЕТ НАГРАДИ НАВЕДНЪЖ

ЗА ГОДИШНИЯ ДОКЛАД НА „ШИШЕДЖАМ“

ГОДИШНИЯТ ДОКЛАД НА „ШИШЕДЖАМ“ ЗА 2017 Г. БЕ УДОСТОЕН С ОБЩО
5 ЗНАЧИМИ НАГРАДИ В ЕДНИ ОТ НАЙ-ПРЕСТИЖНИТЕ СЪСТЕЗАНИЯ ЗА
ГОДИШНИ ДОКЛАДИ В СВЕТОВЕН МАЩАБ - “VISION AWARDS” И „ARC”.

Годишният доклад на Общността „Шишеджам“ за 2017 година положи подписа си под голям успех, като спечели 5 награди наведнъж на „Vision Awards“ и “Arc”, които се сочат за едни от най-важните състезания за годишни доклади.

Докато Годишният доклад за 2017 г. бе удостоен с 4 награди от които едната е „Златния приз“ (Gold Award) на „Vision Awards“, организирано от една от най-престижните световноизвестни платформи за институционални комуникации „Лигата на американските професионалисти по комуникация“ (LACP), а на „ARC“ (Annual Report Competition), което се провежда от страна на “MerComm” за 32 път тази година, придоби правото да получи „Бронзовата“ награда.

4 НАГРАДИ ОТ „VISION AWARDS“

Тази година приблизително 1000 годишни доклада от целия свят бяха оценени от жури, в обхвата на „Vision Awards“, което се провежда от страна на „LACP“ от 2001 г. насам. Докладите, които се оценяваха по критерии като първо впечатление, корица, страница за делопритежателите и инвеститорите, езика на изказ, финансовите раздели, изобретателност, яснота на посланията и достъпност до информацията, получиха съответен брой точки. В резултат на това оценяване, в категорията „Холдинги“ Годишният доклад за 2017 г. на Общността „Шишеджам“ успя да получи 98 точки от 100 възможни и спечели „Златната награда“. Годишният доклад за 2017 г. на Общността

„Шишеджам“, който спечели и „Наградата за технически успех“ (Technical Achievement Award) от гледна точка на изобретателността в комуникационния изказ и метода, в резултат на оценяване, извършено в региона на ЕМЕА (Европа, Близкия Изток и Африка) успя да влезе в списъка на „Най-добрите 80“ и в списъка на „Най-добрите 20“ в Турция.

„ШИШЕДЖАМ“ СПЕЧЕЛИ БРОНЗОВАТА НАГРАДА НА „ARC“

Призовете “Arc” със седалище в САЩ, които от 1987 год. насам намират своите собственици, днес носят качеството на единственото състезание, което няма връзка с някаква медийна или търговска организация. Състезанието на което може да кандидатства изключително широк профил от участници от големи компании до фирми със среден и дребен размер, държавни институции, неправителствени организации и агенции за годишни отчети, се осъществява с целта да награди фирмите, които изготвят годишните си отчети с подхода за изобретателност и новаторство и да прочуе същите на международната сцена. В обхвата на състезанието, чието 32. издание се проведе тази година, се оцениха 2 хиляди и 194 годишни отчета от 34 държави. В резултат на оценяване, извършено под заглавията начин на изказване, изобретателност, ефективно излагане на темата „Global Kuartet – изпълнение на съвършенството“ и дизайнерските характеристики на доклада, Годишният доклад на Общността „Шишеджам“ бе удостоен с „Бронзова награда“ в Категорията за традиционни годишни доклади.

ОБЩНОСТТА НА „ШИШЕДЖАМ“ И ТАЗИ ГОДИНА Е

“ЛИДЕР В ИЗНОСА”

В ПРОУЧВАНЕТО „ПЪРВИТЕ 1000 ФИРМИ - ИЗНОСИТЕЛИ“ НА СЪВЕТА НА ИЗНОСИТЕЛИТЕ НА
ТУРЦИЯ, „ЛИДЕР В ИЗНОСА“ В КАТЕГОРИЯТА „ЦИМЕНТ, СЪТЪКЛО, КЕРАМИЧНИ И ГЛИНЕНИ
ПРОДУКТИ“ СТАНА „ШИШЕДЖАМ“.

Резултатите за 2017 г. на проучването „Първите 1000 износители“, което се провежда от 16 години насам от страна на Съвета на износители на Турция (СИТ) и обхваща всичките 26 сектора, се обявиха на пресконференция, проведена през месец юни. Според проучването „Първите 1000 фирми – износители“ за 2017 г., с износа, който осъществява на 148 държави, наред с наградата „Фирма, която изнася на най-много държави“, „Шишеджам“ беше удостоен и с наградата „Лидер в износа“ в категорията „Цимент, стъкло, керамични и глинени продукти“. На церемонията, осъществена в Конгресния център „Златния рог“ в Истанбул, Заместник Председателят на Управителния съвет и Генералният Директор на „Шишеджам“ проф. д-р Ахмет Кърман получи наградата за лидер в износа от името на Общността „Шишеджам“.

**ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“
ПРОДЪЛЖАВА УСПЕХА СИ**

Общността „Шишеджам“ беше заела мястото си сред фирмите, които изнасят за най-много държави в проучването на СИТ „Първите 1000 фирми – износители“ за 2016 г. и миналата година. Общността, която стана „Лидер в износа“ в същата категория, беше спечелила титлата „Фирма, която изнася за най-много държави“. С износа, който осъществи за 148 държави и тази година, Общността „Шишеджам“ запази прозвището си „Фирма, която изнася за най-много държави“ и още веднъж удостовери ценността, която създава ценности за Турция.





СЕМЕЙСТВО „ШИШЕДЖАМ“ НАГРАДИ ДЕЦАТА СИ

НА СЪСТЕЗАНИЕТО РИСУНКА ПО ЗДРАВΟΣЛОВНИ И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД, КОЕТО СЕ ПРОВЕЖДА ЗА ДЕЦАТА НА СЛУЖИТЕЛИТЕ СИ В 13 ДЪРЖАВИ В КОИТО РАЗВИВА ДЕЙНОСТ, ТАЗИ ГОДИНА БЯХА ОЦЕНЕНИ 263 ТВОРБИ.



Състезанието по рисуване, което се провежда от страна на Общността „Шишеджам“ с цел увеличаване на осведомеността относно здравословните и безопасни условия на труд, достигна шестата си година. На състезанието на което се съревновават децата на служителите на Общността в 13-те държави в които тя развива дейност, тази година постъпиха 263 рисунки. Семейството „Шишеджам“ се събра заедно на церемонията по награждаване, организирана за децата в Социалните бази „Чайърова“ на „Шишеджам“ в Гебзе.

Заместник Председателят на Управителния съвет и Генералният Директор на „Шишеджам“ проф. д-р Ахмет Кърман, който в речта си, която държа на церемонията по награждаване, заяви, че това служителите да притежават една здравословна и безопасна среда за работа е най-важният приоритет на „Шишеджам“, който поставя във фокуса си човека, каза: „Общността ни, която над 80 години върви към постигане на целите си с труда и постоянството на служителите си, отразява голямата стойност, която отдава на човека, във всички свои производствени процеси и процеси на взимане на решения. Стремейки се към тази цел, както при всички наши производствени бази и работни места, така и във фабриките ни, които се развиват с Индустрия

4.0м ние правим необходимите инвестиции за да елиминираме опасностите от всякакъв вид.

Председателят по човешките ресурси и институционална комуникация на Общността „Шишеджам“ Шенгюл Демирджан пък в речта си даде място на следните изрази: „Заедно с усилията и на пратениците ни по Здравословни и безопасни условия на труд, с всеки изминал ден ние успяваме все повече да се доближим до желаното от нас ниво на осведоменост във всичките ни работни места. Оценяваме сътрудничеството със специалистите от различни области във връзка с проверките на производствените ни бази и в резултат на извършените проверки ускоряваме дейностите си, които водят до намаляване нивото на риска. Работата на служителите ни в здравословна и безопасна работна среда, винаги е била основният приоритет на Общността „Шишеджам“. Малките художници, след като получиха наградите си, участваха в Ателието за стъклени мъниста. Децата, които след церемонията по награждаване отидоха в „KidZania“ в Истанбул заедно със семействата си, прекараха забавен ден в който придобиха опит относно професиите за които мечтаят.

РИСУНКИ С ПОСЛАНИЯ

ОТ МАЛКИТЕ ХУДОЖНИЦИ НА „ШИШЕДЖАМ“

ПОСЛУШАХМЕ МНЕНИЕТО НА ДЕЦАТА, КОИТО ПОЛУЧИХА НАГРАДИ ОТ 6. СЪСТЕЗАНИЕ ПО ЗДРАВΟΣЛОВНИ И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД ОТНОСНО СЪСТЕЗАНИЕТО И ЗДРАВΟΣЛОВНИТЕ И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД.



ПЪРВЕНЕЦЪТ В ЧУЖБИНА

Мариам Касрадзе

Дъщерята на Георги Касрадзе от служителите ни във Фабриката „JSC MINA“ спечели първо място на състезанието по рисуване. Мариам, която участва за пръв път в състезанието, каза: „Когато се подготвях, първо нарисовах чернова. След това работихме заедно с баба. Баба също работи в „Шишеджам“. Тя ми разказа за правилата за ЗБУТ и аз нарисовах разказаното от нея. Догодина пак искам да участвам в състезанието, защото много ми хареса да бъда в Истанбул и на церемонията по награждаване. Много се радвам, че Генералният Директор стисна ръката ми. За да опазват здравето си и да бъдат в безопасност, големите задължително да си слагат ръкавиците и очилата и да не пушат!“

ПЪРВЕНЦИТЕ В СТРАНАТА

Башар и Барън Йоздоган

Синовете на служителя ни във Фабриката „Анадолу Джам“ в Мерсин Ахмет Йоздоган Башар и Барън участваха в състезанието с рисунки, които нарисоваха поотделно, но и двамата придобиха правото да бъдат първи и си поделиха лидерското място. Барън каза: „Научих за състезанието няколко дни преди последния срок за участие и подготвих рисунката си, след като говорих с мама. Искам всички да спазват правилата на работното място, Когато виждам татко да заминава за работа, му напомням да спазва правилата.“ А Башар, заявявайки, че е радостен, че дели първото място с по-големия си брат, сподели: „И в училище сме печелили състезания по рисуване. Много обичам да рисувам. И догодина ще участвам на състезанието. На рисунката си нарисовах един работник в тъмнината и друг работник спазващ правилата и работещ на светлина.“ Братята, които станаха първенци за страната тази година, казаха, че са много щастливи заради спечелените награди и догодина пак искат да участват в състезанието.



ВТОРИ В ЧУЖБИНА

Диана Аскарова

Дъщерята на служителката ни Зоя Аскаророва от Фабриката „Русджам Глас Пакейджинг Уфа“ Диана Аскаророва зае мястото си сред вторите победители на състезанието. Диана, която тази година участва за първи път на състезанието, каза: „Нарисовах кораб. Върху кораба нарисовах знамена, а върху тях – правилата, които трябва да се спазват. Мама беше тази, която ми помогна да науча правилата. На рисунката си нарисовах, че не трябва да се пуши, трябва да се слага каска и да се носят ръкавици. Мама работи в Счетоводния отдел на фабриката, а аз искам да стана ветеринарен лекар, когато порасна. Много обичам и да рисувам. Това, което ме зарадва най-много, беше пътуването ми до Истанбул със самолет. Малко се уплаших при слизване, но в Истанбул си изкарах много хубаво. Организацията и всичко тук ми харесва много.“



ВТОРИ В СТРАНАТА

Беркай Боз

Синът на служителя ни във Фабриката „Оксивит Кимия“ Сюлейман Боз Беркай Боз стана втори на състезанието, Беркай, който заяви, че в рисунката си разказва за правилата, които баща му трябва да спазва, когато ходи на работа, каза: „Когато отидат на работа, обуват ботуши и си слагат каски на връщане от работа ги свалят и идват при семействата си вкъщи. Понякога през деня се обаждам на татко и го питам, дали спазва правилата или не. Догодина пак ще участвам на състезанието, защото се зарадвах много, когато спечелих таблет. И организацията е много хубава. Благодаря за всичко!“

ТРЕТИ В ЧУЖБИНА

Анастасия Изотова

Дъщерята на служителката ни Екатерина Изотова във Фабриката „Русджам Глас Пакейджинг Холдинг“ - Гороховец - Анастасия заяви, че е много щастлива, че е дошла в Истанбул и е спечелила награда, каза: „Участвам в състезанието за първи път. Мама ми каза, че темата е ЗБУТ и ми обясни, че по време на работата в работното място трябва да се спазват правила за безопасност. В рисунката си нарисувах и правила, които самата аз трябва да спазвам, като да не пресичам на червено и да не си играя близо до строежи. Посланието ми към големите: Всички да спазват правилата за безопасност на работното място.



ТРЕТА В СТРАНАТА

Дуру Джигерджиоглу

Дъщерята на служителя ни Мустафа Джигерджиоглу във Фабриката „Пашабахче“ в Мерсин – Дуру заяви, че за пръв път участва в състезанието и на рисунката си е облякла личните предпазни средства за ЗБУТ на фабриката и разказа: „Поставих слушалки, ръкавици, очила и каска на фабриката. Преди да направя рисунката си, направих проучване в Интернет и говорих с татко. Всъщност, аз свиря на пиано и няхах влечение към рисуването. Но вече обичам и да рисувам. Ще участвам в състезанието и следващата година. Всичко тук ми харесва много. Спечелих дрон. Посланието ми към големите: „Моля да спазват правилата за здравословни и безопасни условия на труд за нас.“



ЧЕТВЪРТИ В ЧУЖБИНА

Ахмет Ходжич

Синът на служителя ни в базата „Rudnik Kresnjaka Vijeas“ Алмир Ходжич Ахмед тази година успя да заеме четвърто място на състезанието на което участва и миналата година. Ахмед, който заяви, че е щастлив, че се намира в Истанбул за церемонията по награждаване, каза: „Когато се подготвах за рисунката, научих нещата, които трябва да се правят за да не се получи злополука. Служителят трябва да спазва правилата и да се пази. Аз предупреждавам и татко по този въпрос, когато той отива на работа. Тази година спечелих, но догодина няма да мога да участвам заради възрастовата граница. За мен беше истинско удоволствие да бъда тук. Благодая!“



Деница Росенова

Дъщерята на служителя ни във Фабрика „Пашабахче Глас България“ ЕАД Венцислав Пенчев Деница извоюва правото да получи награда от Състезанието по рисуване по ЗБУТ за поредна година. Деница, която заяви, че с рисунките по ЗБУТ, които рисува, миналата година е станала пета, а тази година четвърта, каза: „Ако не надвиша възрастовата граница, ще участвам и следващата година. Всичко тук ме прави щастлива. За да се предпазват от опасностите на работното място, служителите трябва да спазват определените правила. Предупреждавам семейството си относно правилата, които трябва да спазват. Напомням им за правилата. Чудесно е да участваш на церемонията по награждаване и да получаваш награди. Любопитно ми е за “KidZania”.

ЧЕТВЪРТИ В СТРАНАТА

Лейла Гюрбюз

Дъщерята на служителя във Фабриката „Посуда Лимитед“ Дениз Гюрбюз Лейла спечели правото да е на четвърто място на състезанието, в което участва за първи път. Лейла, която разказа, че когато се е подготвяла за състезанието, е взела под внимание табелите по ЗБУТ във фабриката, сподели: „Нарисувах картинки на предупреждения като: Не си пъхай ръката в контакта! Не докосвай пламъка! Обувай специални обувки във фабриката! Не си пъхай ръката в машината! Без това, посещавам курс по рисуване. В бъдеще мога да стана художник. Може да открия изложба от картини. Догодина пак ще участвам в състезанието. Много се зарадвах, че видях рисунката си тук, когато дойдох на церемонията по награждаване. Благодаря за фотоапарата, който спечелих като награда.



ПЕТИ В ЧУЖБИНА

Булат Улмаскулов

Синът на служителката във фабриката „Русджам Глас Пакейджинг Холдинг УФА“ Алфия Улмаскулова Булат каза, че е щастлив да бъде в Истанбул, където идва за първи път. Булат: „Пречупих през своя светоглед правилата в рисунката, не направих много опити и участвах с първата рисунка, която нарисувах. Разделих страницата на четири и разказах правилата, които трябва да спазваме ние, когато сме сами въкъщи. Предадох, че не трябва да отварям вратата на чужди хора, да не се къпя в морето ако при мен няма някой възрастен, да не си играя с кибрит. Мама работи в счетоводния отдел и не изпитва нужда да слага каска, очила, ръкавици. Но всички служителите трябва да спазват задължителните за тях правила. Щастлив съм, че съм тук. Развълнувах се, когато научих, че съм спечелил. Никога не съм ходил във фабриката, затова не знам точно правилата, но посланието ми към всички големи е да спазват правилата, които трябва да се спазват за да бъдат в безопасност. Щастлив съм, че съм тук и че ще видя KidZania.



ПЕТИ В СТРАНАТА

Елиф Четинкая

Дъщерята на служителя ни във Фабриката „Пашабахче“ в Ескишехир Ерол Четинкая Елиф сподели, че след като е научила правилата, е започнала да напомня на баща си да ги спазва. Елиф, която разказа, че е научила правилата за ЗБУТ от разговори със семейството си въкъщи, заяви: „Заедно с брат ми нарисувахме по една рисунка. Нарисувахме работата на баща ни, Фабриката на „Пашабахче“ в Ескишехир и дома ни. На рисунката ние чакахме татко и той се връщаше въкъщи. Татко трябва да носи каска и ръкавици на работното си място, трябва да работи внимателно. Оттук нататък ще го предупреждаваме. Спечелих скутер от състезанието. Ще караме скутера заедно с брат ми.“



СЪЗДАЙТЕ МАРКА ОТ СЕБЕ СИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

КАКВО СТЕ СПОСОБНИ ДА НАПРАВИТЕ ЗА ДА СЕ ОТЛИЧИТЕ В ОГРОМНАТА ТЪЛПА НА СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ?



Социалната медия предоставя възможност хората да създават марки не само от предприятията си, но и самите те да станат такива. За достигане на тази цел трябва да се внимава за спазването на някои правила и норми.

Дефинирайте индивидуалната си марка: С какво се отличавате от другите? Кои са вашите любими развлечения и любимите теми на които обичате да разговаряте? Започнете с намирането на отговор на тези въпроси. Това се нарича „социален дизайн“. Точно, както живота си, приспособете и социалните си канали към себе си.

Комуникационният език да отразява вас самите: В социалните медии е важно, кои думи избирате. Целта ви не трябва да бъде да накарате някого на нещо, а да вдъхновявате за промяна. Заедно с това, определете добре границата между нещата, които искате да разкажете за себе си и онези, които искате да запазите в тайна.

Бъдете последователни и постоянни: Предпочитайте да използвате същата профилна

снимка и биография при всяка платформа. По този начин ще си създадете място в зрителната памет на хората. Трябва да сте активни и постоянно да споделяте. Може да отделите 40% от споделянията си за вдъхновяващи постове, 40% за актуални новини и 20% за идеити си.

Споделянията ви да отразяват характера на платформата: Както хората, така и платформите в социалните медии имат собствени характери. Може да приемете LinkedIn като колега от работата, Twitter като партньор за дискусии, Instagram като приятел с когото споделяте вдъхновенията и забавленията си, а Facebook като приятел, който ви подкрепя винаги.

Създайте своята общност: Комуникирайте постоянно, последователно и взаимно с последователите си. Както и в истинския живот, ако говорите само вие, след време никой няма да ви слуша.

Бъдете уверени в себе си: Мислите на всеки човек са важни. Още по-важно е да ги изразява. Ако вие нямате доверие в себе си, то и другите няма да ви се доверяват. Накарайте онзи вътрешен глас, който се колебае, изправете се и се изразете.

КАК ПРЕФОРМУЛИРА ЖИВОТА НИ INSTAGRAM



В ПОСЛЕДНО ВРЕМЕ, INSTAGRAM ПРИВЛИЧА ВНИМАНИЕ КАТО МНОГО ВАЖНА ПЛАТФОРМА, КОЯТО ПРЕФОРМУЛИРА ЖИВОТА НИ.

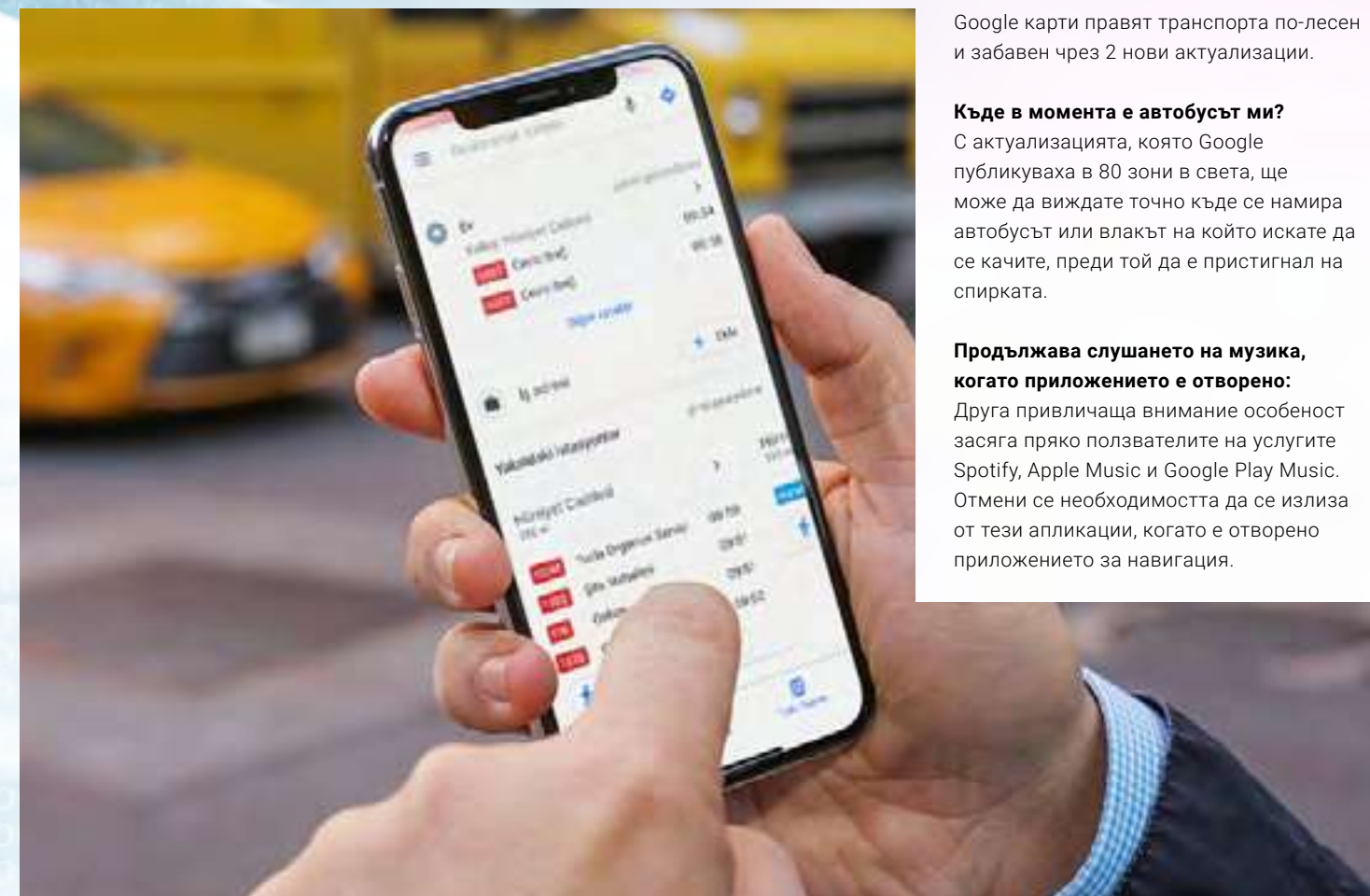
Сутринта се събуждаме с Instagram и вечер преди лягане проверяваме акаунтите си и заспиваме. Вече всеки е наясно със стойността и силата на снимките и видеата в стратегиите за социален маркетинг. Но какво въздействие оказва това върху живота ни?

Потребителите се отъждествяват с останалите потребители: Потребителите, които имат деца, се сближават с другите майки. Младежите не се затрудняват да намират водещи потребители – връстници. Когато проблемите, нуждите и чувствата са общи, емоционалната връзка се изгражда набързо.

Мога да бъда като него/нея: Потребителите, които превръщат екрана почти в живо модно списание, се вдъхновяват взаимно и влизат в надпревара за споделяне, като действат с психологията „мога да бъда като него/нея“.

Какво по различно мога да направя?: Усилията на потребителите да създават собствения си дневен ред, желанията и смелостта им, затрудняват, както хората, така и марките. С цел да се подхранват по добре на очакванията на последователите и да отговарят на исканията им, потребителят на мрежите трябва да предлагат все повече новости и да позиционират комуникацията си върху стабилни стратегии.

2 НОВИ АКТУАЛИЗАЦИИ ОТ GOOGLE КАРТИ, КОИТО ЗАРАДВАХА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ



Google карти правят транспорта по-лесен и забавен чрез 2 нови актуализации.

Къде в момента е автобусът ми?

С актуализацията, която Google публикуваха в 80 зони в света, ще може да виждате точно къде се намира автобусът или влакът на който искате да се качите, преди той да е пристигнал на спирката.

Продължава слушането на музика, когато приложението е отворено:

Друга привличаща внимание особеност засяга пряко ползвателите на услугите Spotify, Apple Music и Google Play Music. Отмени се необходимостта да се излиза от тези приложения, когато е отворено приложението за навигация.

НОВИ ОСОБЕНОСТИ НА СЪОБЩЕНИЯТА В LINKEDIN

Отражението на бизнес живота в социалните медии LinkedIn, въведе в приложение 4 новости за потребителите си. LinkedIn, който не иска потребителите да бъдат възпрепятствани от ограниченията в символите, вече предоставя възможност за обширно изразяване на мислите. Особеността, която се предостави на ползване за мобилните устройства, след кратко време ще премине и в настолен вариант. Другата от актуализациите пък е свързана с използването на емоджи емотиконките. Потребителите, които желаят да изразят чувствата си с емотиконки, могат да използват архива за емотиконки в LinkedIn. Третата актуализация пък предоставя възможност, изображенията, харесани в уеб пространството, да се добавят към съобщенията. И последно, започна да се практикува така наречения „mentioning“ или използването на символа „@“. Вече потребителите, поставяйки „@“ пред името на друг потребител в LinkedIn, могат да го включват към разговора.



КЛИЕНТСКО ПЪТЕШЕСТВИЕ И ПОТРЕБИТЕЛСКИ ОПИТ

ДА СЕ НАУЧИ, КАКВИ ПРЕЖИВЯВАНИЯ Е ИМАЛ ЕДИН КЛИЕНТ ПО ВРЕМЕ НА ВЗАИМООТНОШЕНИЯТА СИ С ДАДЕНА ФИРМА, СЕ ЯВЯВА ИЗКЛЮЧИТЕЛНО ЦЕННА ВЪЗМОЖНОСТ, ФИРМАТА ДА ПОДОБРИ ФУНКЦИОНИРАНЕТО НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА СИ СТРУКТУРА И УМЕНИЯТА СИ ЗА РАЗРЕШАВАНЕ НА ПРОБЛЕМИ.

Поредичата ни в която разглеждаме деветте големи компонента на Индустрия 4.0 „Интернет на предметите, Големи данни, Интеграция на системите с процесите, Производство с добавена стойност, Увеличена реалност, Интелигентни роботи и Кибер сигурност“, в този брой продължава с темата „Клиентско пътешествие и потребителско опит“.

КАРТА НА КЛИЕНТСКОТО ПЪТЕШЕСТВИЕ (СХ)

Терминът, който напоследък чуваме все по-често и навлезе в живота ни като израз, преведен от английски – Customer Journey Map или Карта на клиентското преживяване, с най-краткото си описание дефинира преживяването по време на използването на продуктите и услугите, които предоставяме на вътрешните и външните си клиенти. С по-широкообхватно определение, Картата на клиентското пътешествие може да се определи като план за пътешествие, който показва визуално стъпките, които клиентът прави и пътищата по които минава, анализира преживяването до най-малкия детайл от гледна точка на клиента, накратко картографира от край до край процеса на взаимодействие на клиента с фирмата. Изхождайки от тук, предоставя възможност да се разберат преживяванията на клиента от поръчването до доставянето на продукта, до последния срок на използването му и даже до следите, които оставя, след като се преустанови използването му. Нещото, което прави картите за клиентско пътешествие практични,



е това, че подрежда действията, мислите и чувства на получателите на услугата (получатели на услугата в корпоративен аспект могат да бъдат също и доставчици и дилъри) в определена времева ос и така посочва моментите на взаимодействието. Да се виждат процеса, очакванията и преживяванията върху тези карти, да се констатират проблемите ако има такива, ползата от продукта или услугата и стойността, подпомага същите да бъдат избрани по-добре и да се подредят по приоритет. От друга страна, пътищата, по които преминават различните клиентски сегменти или стъпките, които правят, могат да са различни. При тези случаи пък, най-ефективният метод за измерване на клиентското преживяване

е излизането на терена, извършването на срещи и пряката комуникация с целевата група.

Отговорите на въпросите като: Има ли пречки с които се сблъскват хората или фирмите на които предлагаме услуги? Клиентите изживяват ли неповторимо преживяване и опит в допирните точки с продуктите? Има ли недостатъчни или ненужни операции, които удължават сроковете? Чака ли клиентът на опашка пред касата или пакетирането? Налице ли са грешки в категориите ни? Дълги ли са сроковете ни за доставка? Отговаря ли на целите ни обратната връзка към промоциите? Ефективно ли е клиентското ви обслужване? Ясни ли са начините за разрешаване

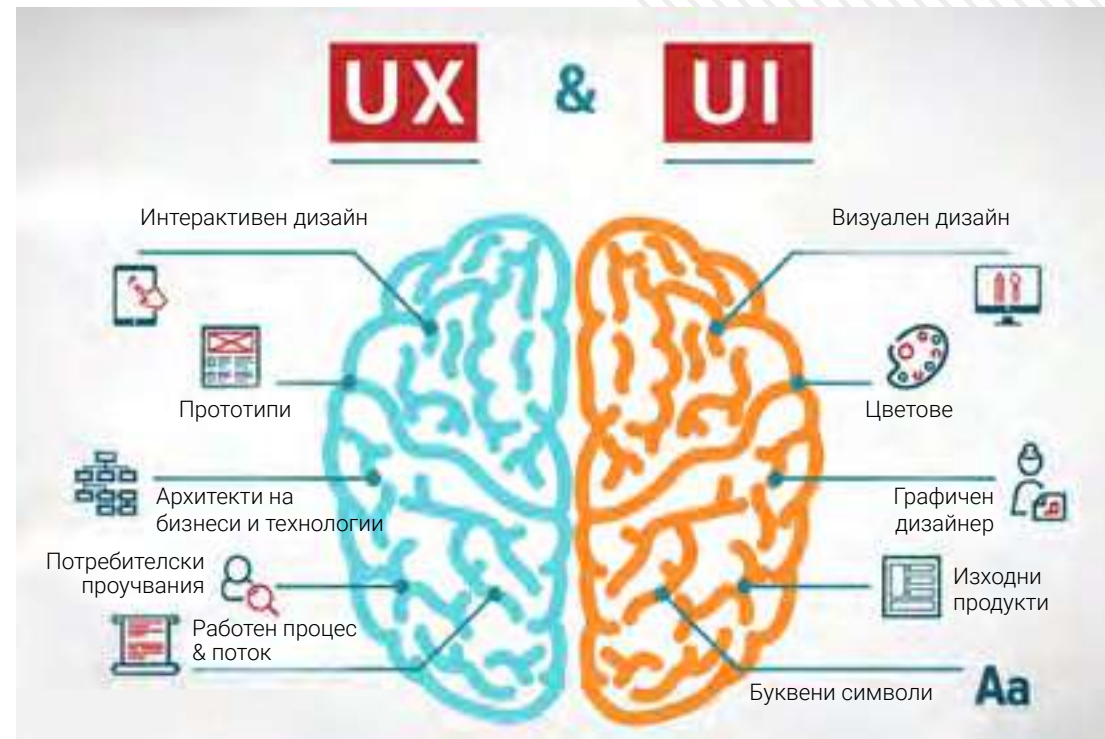
на потенциалните проблеми по време на отделните етапи? Отговорите на подобни въпроси могат да се структурират много по-ясно посредством картите за клиентското пътешествие.

5 НЕЩА, КОИТО ТРЯБВА ДА СЕ ИМАТ ПРЕДВИД ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА КАРТА ЗА КЛИЕНТСКИЯ ОПИТ:

1. Дръжте се като получател на услугата и се фокусирайте върху това да разберете поведението на клиента

Чрез гледната точка на лицата трябва да разберете много добре, кои са вашите клиенти, които получават услугата, какви са техните нужди, цели и очаквания. Заедно с това, че клиентското преживяване не е статично пътешествие, лицата, които

РАЗЛИКИ МЕЖДУ ПОТРЕБИТЕЛСКИЯ ОПИТ И ИНТЕРФЕЙСИТЕ



получават услугата, могат в един и същ момент да са в повече от един процес или да пътешестват между тези процеси. Преходите и преживяванията тук са от изключителна важност.

2. Проследявайте и измервайте пътешествието

Като предоставящи услугата е необходимо да проследяваме „моментално“ преживяването на клиентите, което те получават при досег с всичките ни канали за услуги. Например, от един дилърски портал, портал за доставки, мобилно приложение или сайт за онлайн пазаруване могат моментално да се наблюдават всички поведения на клиента и различни данни като време продължителност на операциите, порталите за пазаруване, удовлетвореността от клиентското обслужване и точките за поддръжка, склонността за отказване от продукта или фирмата могат да се измерват дигитално.

3. Уверете се, че процесите на преживяванията с приложими.

След като се констатират точките в които доставчиците, дилърите или потребителите се срещат с трудности, подобренията на процесите и системите трябва да се анализират детайлно и да се възпроизведат решения. Съксяване на процесите и тяхното ускоряване чрез използване на технологиите е изключително важно за отговаряне на очакванията в дигиталния свят.

4. Създайте единно клиентско преживяване

Ако предоставяме услуги от различни алтернативни или дигитални канали, то възниква нуждата от систематична структура, която може да анализира наведнъж всички потребителски данни, общи политики, процеси и единно клиентско преживяване. Това от своя страна става възможно чрез създаване на архитектура на корпоративни данни и цялостно анализиране на основните данни. Тук следва да се анализират различните допирни точки (канални, устройства) и различните взаимодействия, свързани с движенията на клиентите между тях.

5. Използвайте софтуери, които да ви осигурят скорост, ефективност и полза

След като от допирните точки с клиентите се осигурят необходимите данни, трябва да се използва софтуер за управление на клиентското преживяване с цел да се измери клиентското преживяване и да се мащабират разработките. Резултатите от процеса трябва да се измерват с ключовите показатели за ефективност (KPI), да се открият определящите причини за ситуацията в които удовлетвореността на клиентите намалява, удължава се или изтича времето и по този начин жизненият цикъл на клиентското преживяване да се подобрява непрекъснато. Важно предимство в този стадий осигурява използването на алгоритмите на изкуствения

интелект, които осигуряват полза, като анализират клиентските данни и създават ценности.

КЛИЕНТСКИ ОПИТ И ИНТЕРФЕЙСИ (UX-UI)

Клиентският опит представлява улесняване на операциите и процесите, изследвайки общото преживяване във връзка с навлизането във взаимоотношение на даден клиент с някаква услуга, продукт или дигитална среда, а потребителските интерфейси целят превръщането в лесен и приятен начин на това преживяване от една единствена, визуално проектирана среда с произведени резултати.

Подобряването на клиентското преживяване осигурява ползи, които увеличават устойчивостта, осигуряват икономия на време, правят интерфейсите лесни за научаване и приятелски настроени към потребителите, осигурят значителна ефективност и увеличават привързаността и удовлетвореността на клиентите. Целта тук, е на получателите на услугата да се предостави оптимизиран дизайн и да се осигурят взаимодействия чрез дигитални приложения. Разхвърленият и хаотичен вид на приложението, дългите преходи между менютата, продължителните процеси и трудните операции намаляват удовлетвореността на клиентите и потребителите започват да създават собствените си

алтернативи. Налични са 3 критични точки за да се предотврати това:

1. Възможността за използване осигурява, услугата или продуктът да отговарят на нуждите по устойчив и високо ефективен начин. За това е необходимо да се провеждат срещи лице в лице, да се разберат очакванията и да се приложат в процесите, да се анализират потребителските данни на клиентите и да се разработват графики и интерфейси. Чисти, опростени, лесни за употреба услуги, оптимизират времето на търсената услуга и по този начин осигуряват голяма ефективност, удовлетвореност и печалба за притежателите на услугата.

2. Дизайнът и софтуерът вече се основават напълно на потребителското преживяване. Придаването на привлекателен вид на употребата и достъпа до продуктите и услугите, лесното и разбираемо използване, без да има нужда от обучение, внедряване на приложения и услуги, фокусирани върху дизайна в проектите и намирането на място на този подход са от голямо значение.

3. Цялостност на преживяването: Наблюдава се, че обикновено услугите се проектират в различни моменти, с насоченост към нуждите на бизнеса, без да се вземе предвид клиентското преживяване и с фокус за свършване на моментната работа. Това положение, обаче, в среден и дългосрочен план причинява разминавания между различните приложения и системи, различия в дизайните и прекъсвания в клиентското преживяване. За да се предотврати това, например, трябва да се внимава за целостта на преживяването, изображенията, шрифта на буквите в различните допирни точки с клиентите и за управлението на марката.

ИЗТОЧНИЦИ:

Customer Experience Strategy Scenario: Roadmap to Differentiation, Ed Thompson, Gartner 2017
Customer Journey Mapping Yaparken 10 неща за които трябва да внимавате, <http://www.respondedga.com/customer-journey-mapping-yaparken-dikkat-etmeniz-gereken-10-sey/> (достъп: 17 август 2018 г.).
Какво е клиентското пътешествие? <https://tr.surveymonkey.com/mp/customer-journey/> (достъп: 16 август 2018 г.).
Фигура 1: The Customer Journey Today <https://cinchdigital.com.au/best-customer-communications-strategy/> (erişim: 15 Ağustos 2018).
Фигура 2: What's the difference between UX and UI design? <https://medium.freecodecamp.org/whats-the-difference-between-ux-and-ui-design-2ca8d107de14> (Erişim : 18 Ağustos 2018).

5 ОБЩЕСТВЕНИ НЕРАВЕНСТВА МЕЖДУ ПОЛОВЕТЕ



ЖЕНИ С ПРИСТРАСТЯВАНИЯ
ПРИ ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ИНТЕРНЕТ И МОБИЛНИ ТЕЛЕФОНИ

Полова дискриминация

НЕРАВНОПОСТАВЕНОСТТА
ПРИ ДОСТЪПА КЪМ
МОБИЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ,
НОСИ ОПАСНОСТ ЗА
УВЕЛИЧАВАНЕТО НА
БЕЗ ТОВА НАЛИЧНАТА
НЕРАВНОПОСТАВЕНОСТ НА
ЖЕНИТЕ

GSM съюзът (Global System for Mobile Communications Association – Общността Глобална система за мобилни комуникации), Жени с пристрастията, Докладът за полова дискриминация при използването на мобилен Интернет и мобилни телефони за 2018 г. акцентират, че по света има повече от 5 милиарда абонати и мобилните телефони са едни от най-всеобхватните технологии в човешката история. Начело с достъп до

Интернет, мобилните телефони притежават капацитета да предоставят преобразуващи услуги и възможности за потребителите си. Всъщност, за голяма част от населението на света, мобилните телефони са основният път за достъп до Интернет на близо 3,3 милиарда души, които са абонираны към Интернет услуги. Мобилните телефони, в същото време, притежават и силата да преобразуват живота. Те предоставят възможност на жените за

достъп до здравни познания, финансови услуги и намиране на работа и именно поради това увеличават качеството на живот като създават сигурност. В днешно време привързаността ни към Интернет се увеличава, поради това жените остават на по заден план. Връзката, която се осигурява чрез мобилните телефони, се разраства с голяма скорост, но не може да се каже, че се разпределя равномерно. В държавите с ниски и средни доходи,

достъпът на жените до Интернет е по-нисък от този на мъжете. Неравният достъп до мобилните технологии заплашва да увеличи без това съществуващата неравнопоставеност на жените. Този доклад се основава на предишни проучвания, проведени от GSMA и другите организации, с цел привличане на вниманието върху неравнопоставения достъп до технологиите на жените. Анализът използва и констатациите, придобити от

срещи, проведени лице в лице с жени и мъже от 23 държави с ниски и средни доходи в Азия, Африка и Латинска Америка.

ВАЖНИ КОНСТАТАЦИИ

1. От разглеждане на данните за притежаване на мобилен телефон в страните с ниски и средни доходи, се вижда, че жените са останали по-назад в сравнение с мъжете с 10% или 184 милиона като цифри. ⁵
2. Дори жените да си имат собствен телефон то от гледна точка на по-преобразуващи услуги като мобилен Интернет съществува значителна полова дискриминация.
3. Повече от 1,2 милиарда жени, които живеят в държави с ниски

или средни доходи, не могат да използват мобилен Интернет. **4.** Жените използват средно 26% по-малко мобилен Интернет в сравнение с мъжете. Дори сред тези, които използват мобилен телефон, вероятността жените да използват мобилен Интернет в 18% по-ниска от тази на мъжете. **5.** Половата неравнопоставеност е по-голяма в различни точки на света. Например, степента на притежаване на мобилен телефон на жените в Южна Азия е по-ниска от мъжете с 26%, а използването на Интернет – по-ниско със 70%. **6.** Себестойността е най-голямата пречка за притежаване на мобилен телефон и за жените,

и за мъжете. **7.** Освен себестойността, пречки като ниската дигитална грамотност 7, както и ниската грамотност, притесненията относно сигурността и безопасността в Латинска Америка и подобни местни аспекти, се чувстват по-силно при жените. **8.** Жените са по-малко информирани относно мобилния Интернет в сравнение с мъжете и това намалява потреблението значително особено в Африка и Азия. **9.** Сред онези, които са информирани относно мобилния Интернет, на-големите пречки и при жените, и при мъжете са свързани със себестойността. Други важни пречки пък,

които обикновено се изпитват от жените, са мисълта, че Интернетът не заема толкова важно място в живота им, ниската грамотност 9 и темите, свързани с безопасността и сигурността. **10.** Премахването на половата дискриминация представлява важна търговска възможност за индустрията. **11.** Ако мобилните оператори в страните с ниски и средни доходи успеят да стопят половата разликата относно притежаването на мобилен телефон и използването на мобилен Интернет, това ще осигури увеличаването на доходите за следващата година с приблизително 15 милиарда долара.

REFERANSLAR

1. GSMA Intelligence, Q4 2017.
2. Мобилният телефон е основният начин за достъп до Интернет за повечето хора, които живеят в страните с ниски и средни доходи, посочени в този доклад. Например, вижте Данните ITU, 2017 г..
3. GSMA Intelligence, Q4 2017.
4. Например вижте: GSMA, 2015, "Премахване на половата дискриминация: Мобилен достъп и използване в страните с ниски и средни доходи"; GSMA, 2010, "Жените, мобилният Интернет и мобилните телефони: Глобална възможност"; APC, 2015, "Как повлияват върху правата

на жените технологичните проблеми: Глава J, Член 10"; Широколентова комисия за устойчиво развитие 2017, "Звено за дигитални обществени убийства, препоръки за действие: Премахване на половата дискриминация при достъп до Интернет и широка лента"; UNESCO, 2015, "Мобилни телефони и грамотност: подсилване в ръцете на жените – Кръстосан анализ на девет преживявания"; и проучвания, извършени от Research ICT Afrika и Alliance for Affordable Internet и други организации. **5.** Изразите като притежаване на „мобилен“ телефон, които

са използвани в този доклад, изразяват личното притежаване на една SIM карта или един телефон, който не изисква SIM карта и използването му най-малко веднъж в месеца. **6.** В сравнение с 850 милиона мъже. Изразява използването на Интернет в мобилния телефон през последните месеци. Няма нужда потребителите на мобилен Интернет да имат личен мобилен телефон. **7.** Изразява незнанието, как да се използва един мобилен телефон. **8.** Изразява затруднения при четене и писане. **9.** Изразява незнание, как да

се използва един мобилен телефон и как да се осигури достъп до Интернет от мобилен телефон. **10.** Прогнозата от 15 милиарда долара изхожда от предположението за премахването на половата дискриминация при използването на Интернет през 2018 г. и представлява възможността за прихода с увеличението от последващите 12 месеца.

* https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2018/03/GSMA_The_Mobile_Gender_Gap_Report_2018_Final_210218.pdf



“ШИШЕДЖАМ” ПО СВЕТА

ИТАЛИЯ

В ОБХВАТА НА ХОДА ЗА ИНВЕСТИЦИИ В ЧУЖБИНА, КОЙТО ЗАПОЧНА ПРЕЗ 1990-ТЕ ГОДИНИ, ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“ РЕАЛИЗИРА ПЪРВАТА СИ ИНВЕСТИЦИЯ В ИТАЛИЯ ПРЕЗ 2005 Г. ОБЩНОСТТА, КОЯТО ПРЕЗ СЛЕДВАЩИТЕ ГОДИНИ ПРОДЪЛЖИ ИНВЕСТИЦИИТЕ СИ В СТРАНАТА, ДНЕС РАЗВИВА ДЕЙНОСТ В ИТАЛИЯ В СФЕРАТА НА ХРОМНИТЕ ХИМИКАЛИ, ДОМАКИНСКИТЕ СЪТЪКЛЕНИ ИЗДЕЛИЯ И ПЛОСКО СЪТЪКЛО.

Общността „Шишеджам“, която е една от най-дълбоко вкоренените дружества на Турция, от 83 години насам разработва и представя най-развитите решения в основните сфери на стъklarството. „Шишеджам“, който с дейностите си запазва регионалното си лидерство, в същото време полага подписа си и под важни инвестиции като един от най-важните глобални играчи в сферите си на дейност. Общността „Шишеджам“, който се намира на трета най-голяма позиция в света по производство на домакински стъклени изделия и напета позиция по производство на стъклен амбалаж и плоско стъкло, заема място в първите 10 в света в производството на сода, а при хромните химикали е световен лидер.

ПРОИЗВОДСТВО НА 3 КОНТИНЕНТА

Общността „Шишеджам“, която във всичките си сфери на дейност се фокусира върху създаването на ценности и цели операционно свършенство, с пътешествието си, което започна през 1935 г., днес заедно с Турция, Германия, Италия, България, Румъния, Словакия, Унгария,

Босна и Херцеговина, Руска Федерация, Грузия, Украйна, Египет и Индия достигна до 13 държави, разположени на 3 континента. „Шишеджам“ продължава да развива дейностите си с общо 43 производствени бази и 22 хилядите си служители в тези държави и реализира продажби към 150 страни.

„ШИШЕДЖАМ“ ЗАСИЛВА ПРИСЪСТВИЕТО СИ В ИТАЛИЯ

В обхвата на хода за инвестиции в чужбина, която започна през 1990-те години, Общността „Шишеджам“ реализира първата си инвестиция в Италия през 2005 г. В последващите години Общността продължи инвестициите си в Италия и достигна значителен пазарен дял в сферата на хромните химикали, домакинските стъклени изделия и плоските стъкла. Освен това, италия се намира сред водещите пазари за износ на „Шишеджам“ и износа на стъкло и химически продукти, осъществяван от Турция, представлява около 90 милиона долара годишно. В този брой на списанието ни ще разкажем за присъствието на „Шишеджам“ в Италия.



ИТАЛИЯ НА ПРЪВ ПОГЛЕД



Колизеума, Рим



Галерия „Виктор Емануил II“



Пiazza Навона



Катедрала „Свети Петър“



Тоскана



Лука



Венеция

ИТАЛИЯ

площ:
301 хиляди 338 км²

НАСЕЛЕНИЕ: 59 милиона
300 хиляди

СТОЛИЦА: Рим

ОФИЦИАЛЕН ЕЗИК:
италиански

ВАЖНИ ГРАДОВЕ: Рим,
Венеция, Флоренция,
Милано, Неапол, Болония,
Ватикана, Тоскана

Макар, че не е възможно миналото на Италия, която има една доста обширна история да бъде обобщена накратко, то може да се споменат известните точки на пречупване. Италия, която оставя важни следи в историята на човечеството, в хода на историята си е част от множество цивилизации. Според легендите градчето Рим е създадено през 753 г. пр. Хр. и заедно с войните бързо разширява границите си. По време на владичеството на Юлий Цезар, Римската Империя

продължава да се разраства. Римската Империя, която властва над много обширни територии, като една от най-големите империи в историята на човечеството, изиграва важна роля за сформирането на Западния свят. През 395 г. сл. Хр. се разделя на две като Източна и Западна Империя. След което Западната Империя, която остава в земите на Италия, се разпада и регионът се разделя на малки кралства.

Италия, която се явява земя на една от основите на европейската цивилизационна история – Ренесанса, дълги години бива доминиращата сила в Европа. В Италия в която като резултат на безброй войни, проведени под влиянието на националистическите течения, надигани през 19 век е Европа, през 1871 г. се установява национално единство и през 1948 г. страната се провъзгласява за република.



Кулата в Пиза

ГЕОГРАФСКА СТРУКТУРА, ПРИРОДНИ БОГАТСТВА И КЛИМАТ

Италия, която заради формата си в световната карта се оприличава на ботуш, се нарежда сред страните, които привличат най-много туристи, благодарение както на природните, така и на историческите богатства. Страната, която притежава 51 обекта на Културно наследство на ЮНЕСКО, с тази своя особеност държи световния рекорд. Планините и хълмовете, които представляват голяма част от територията на Италия, която помества двата най-големи острова на Средиземно море – остров Сицилия и остров Сардиния, играят важна роля в оформянето на климата.

Докато над полуострова властва обикновено средиземноморският климат, то на Алпийските планини в северната част този климат оставя мястото си на Алпийския, при когото доминира студеният въздух.

ИЗТОЧНИЦИ НА ПРИХОД

Основните индустрии, на които се основава италианската икономика са туристическата, комуникационната, медикаментозната, химическата, хранително-вкусовата, машинната, стоманената, МПС, бяла техника и модната индустрия. Наред със земеделието, което се практикува в ограничени размери, и животновъдството заема важен дял в страната.

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ИТАЛИЯ И ТУРЦИЯ

Взаимоотношенията между двете регионални сили Италия и Турция, които имат общи интереси в Средиземноморския басейн, споделят общо минало и ценности, се основават на дълги години и демонстрират присъствие в множество различни области. Особено през периода на възход, Османската Империя изгражда много близки отношения с републики като Генуа и Венеция. Дипломатичните взаимоотношения между Турция и Италия са създадени през 1856 г. и в тази рамка през 2006 г. беше отпразнувана 150. годишнина от установяване на дипломатически взаимоотношения между

Турция и Италия. Започна се три компонентен процес чрез Турско-италианските междуправителствени срещи на върха, Турско-италианският форум и Турско-италианският медиен форум, които предоставят възможност за обмен на идеи във всички области на различни нива и сътрудничеството напредна по пътя на институционализацията. Търговският обем между двете държави – стратегически партньори се разраства все повече.

МЯСТОТО НА ИТАЛИЯ СРЕД ГЛОБАЛНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ

С близо 60 милионното си население, икономика, която достига 2 трилиона долара и приход на глава от населението за година от 32 хиляди долара, Италия е специална държава за Общността „Шишеджам“. Италия, не е само важен пазар вътре в себе си за инвестициите на „Шишеджам“, но и се намира във важно местоположение за достигането на западноевропейските пазари. Освен това, Италия е един от водещите пазари за износ на Общността. В инвестициите, осъществени от Общността „Шишеджам“ и италианските производители на машини и оборудване се нареждат сред важните доставчици. В тази насока, в обхвата на планове си за неорганичен растеж Общността осъществи най-новите си инвестиции в Италия.

ИТАЛИАНСКОТО ПЪТЕШЕСТВИЕ НА „ШИШЕДЖАМ“



ИНВЕСТИЦИИТЕ НА ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“ В ИТАЛИЯ ДОСТИГНАХА 120 МИЛИОНА ЕВРО

ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“, КОЙТО ЦЕЛИ ДА ЗАЗДРАВИ ПРИСЪСТВИЕТО СИ В ИТАЛИЯ И ДА УВЕЛИЧИ ВЪЗДЕЙСТВИЕТО СИ НА ИТАЛИАНСКИЯ ПАЗАР, ПРОДЪЛЖАВА ИНВЕСТИЦИИТЕ СИ В СТРАНАТА.

В обхвата на хода си за инвестиции в чужбина, който започва с цел устойчив растеж и политика за производство, базирано на високата ефективност, който започва през 1990 г., Общността „Шиеджем“ осъществява първата си инвестиция в Италия през 2005 г., като става съдружник на „Кромитал“ S.p.A. 6 по-късно, през 2011 г. това предприятие се включва в структурата на Общността. „Кромитал“ S.p.A., което днес развива дейност в сферата на химикали на базата на хрома, заедно с това, че начело с италианският кожарски сектор и сектора за метални покрития, доставя входящи продукти за множество сектори в Европа, в производството и продажбите на течен и прахов базичен хромен сулфат се намира в лидерска позиция в италианския пазар, който се счита за центъра на кожарството в Европа. С „Кромитал“ S.p.A., което в същото време се нарежда на челните места в производството на течен натриев бихромат и продуктите на хром III за метални

покрития и на италианския пазар, и в Европа, пазарният дял на Общността „Шиеджем“ в производството на базичен хромен сулфат и хромна киселина достига до 55% в Италия. Тази инвестиция в Италия играе важна роля за това, „Шиеджем“ да бъде лидер в света в производството на базичен хромен сулфат и лидер в Европа в производството на хромна киселина. „Шиеджем“ реализира втория си ход в Италия, като открива първия магазин в чужбина на Магазини „Пашабахче“ в сърцето на дизайна и модата Милано. Магазини „Пашабахче“, които се намират в зоната в която се намират най-известните марки на света в Милано, който днес е един от най-бързо развиващите се и най-важни туристически дестинации в Европа, се радват на вниманието не само на италианците, но и на туристите.

Освен това, Общността „Шиеджем“ има важни инвестиции в Италия както за логистиката, така и във връзка с дистрибуционна мрежа

в областта на домакинските стъклени изделия. Общността, чиято широка гама от продукти и развита дистрибуционна мрежа са на важна позиция, както в продажбите на дребно, така и в сектора за поднасяне на храна и напитки, чрез Италия достига и до пазарите в САЩ, Европа, Близкия Изток и Африка.

Третата си голяма стъпка в инвестициите в Италия „Шиеджем“ прави в областта на плоските стъкла. Общността „Шиеджем“, която през 2016 г. закупува производителя на плоски стъкла фирма „Сангали Ветро Порто Ногаро“ за приблизително 85 милиона евро, се издигна в позицията на най-големия производител на плоски стъкла в Европа. Особено от гледна точка на производствения си и логистичен капацитет, тази база допринася значително за конкурентоспособността на Общността особено в пазара за плоски стъкла в Западна Европа. Тази инвестиция бе

последвана от нова инвестиция през месец юни 2018 г. и предприятието за производство на плоски стъкла „Сангали Ветро Манфредония“ в Италия се включи в структурата на Общността за 15,7 милиона евро. С географското си положение и годишен производствен капацитет от 190 хиляди тона, базата „Манфредония“ осигурява стратегическа подкрепа за дейността на Общността в Европа. С базата „Манфредония“ Общността „Шиеджем“ удвои капацитета си за производство на плоски стъкла в Италия и заздравя лидерството си в производството на плоски стъкла в Европа. С годишния си производствен капацитет, който надвишава 2,8 милиона тона, днес Общността „Шиеджем“ е най-големият производител на плоски стъкла в Европа. В резултат на важните инвестиции, които осъществи в Италия, Общността се откроява с дяла си от 30% на пазара на плоските стъкла.

ПРОИЗВОДСТВЕНИТЕ БАЗИ

НА ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“

В ИТАЛИЯ

➔ **„КРОМИТАЛ“ S.P.A.**
През 2005 г. „Сода Санайи“ АД, който се намира в структурата на „Шиеджем Химикали“, закупува 50% от „Кромитал“. Със закупуването на останалите дялове през 2011 г., „Сода Санайи“ АД зае позицията на 100% собственик на „Кромитал“ SPA. Базара, която е закупена с обща инвестиция от 10 милиона евро, притежава производствен капацитет от 8 хиляди и 800 тона/година на BCS (базичен, хром, сулфат).



➔ **„ШИШЕДЖАМ ФЛАТ ГЛАС“ „ИТАЛИ“ SRL**

Със закупуването през 2016 г. на фирмата – производител на плоско стъкло „Сангали Ветро Порто Ногаро“ за приблизително 85 милиона евро, Общността „Шиеджем“ се издигна на позицията на най-големия производител на плоско стъкло в Европа. От гледна точка на производствен капацитет и логистика, тази база допринася значително за конкурентоспособността на Общността особено на западноевропейския пазар. „Порто Ногаро“ притежава годишен производствен капацитет от 220 хиляди тона плоско стъкло.



➔ **„ШИШЕДЖАМ ФЛАТ ГЛАС“ „САУТ ИТАЛИ“ SRL**

В базата „Манфредония“, приобщена към структурата на Общността „Шиеджем“ през юни 2018 г., притежаваща годишен производствен капацитет от 190 хиляди тона/година плоско стъкло, наред с плоското стъкло се намират линии за производство и на ламинирани, покрити и сатинирани стъкла.

МАГАЗИНТЕ „ПАШАБАХЧЕ“

В ИТАЛИЯ

➔ **МАГАЗИНИ „ПАШАБАХЧЕ“ - МИЛАНО**

Първия магазин на Магазини „Пашабахче“ в чужбина, отвори врати през 2015 г. в Милано, който е известен като града на дизайна и модата. В магазина с приблизително 500 квадратни метра площ, се намират над 2 хиляди продукти, под концепциите „Битови“ и „Бутикови“. Магазинът на „Пашабахче“, който се намира в зона в която се намират най-известните марки на света, се радва на вниманието не само на италианците, а и на туристите.



ИТАЛИЯ

ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“ ПРОДЪЛЖАВА ДА СЪЗДАВА ЦЕННОСТИ ЗА ИТАЛИЯ

Наред с икономическата стойност, която създава във всички географии в които развива дейност, Общността „Шиеджем“ поставя сред приоритетите си и разработките си във фокуса на устойчивото развитие.

РАБОТНИ МЕСТА

С общо трите си производствени бази и 1 магазин в Италия, Общността „Шиеджем“ осигурява работни места за 400 души.

РЕЦИКЛИРАНЕ

С първата си инвестиция в Италия „Кромитал“ S.p.A. Общността „Шиеджем“ развива дейност като единственото предприятие в Италия, което притежава лиценз за пречистването и възобновяването на отпадъчните хролни води от дейността на сектора за метални покрития. Хромът, който се рециклира в това предприятие, се привежда до състояние за повторна употреба и по този начин се допринася за опазването на околната среда.

ИКОНОМИКА

Общността „Шиеджем“, чиито инвестиции в Италия достигат приблизително 120 милиона евро, подсилвайки лидерството си в плоските стъкла в Европа, осигурява и важен принос за икономиката на страната.

„ПАШАБАХЧЕ“ В ИТАЛИЯ

„ПАШАБАХЧЕ“ SRL – ИТАЛИЯ

През 2015 г. е създадена фирмата „Пашабахче“ SRL. С широката си гама от продукти и добре развита дистрибуторска мрежа, „Пашабахче“ заема важни позиции и при продажбите на едро, и при сектора за поднасяне на храни и напитки в сектора на домакинските стъклени изделия. В същото време, глобалната дизайнерска марка на Общността „Шиеджем“ Nude извършва разпределението на всички продукти, насочени за домашна употреба към Европа, чрез логистичния център в Италия.

СЕМИНАРИТЕ НА

АКАДЕМИЯ „ШИШЕДЖАМ“



През месец август, заедно със Сдружение „Юва“ Академия „Шишеджам“ организира семинара „Ние, животът и светът“ в обхвата на устойчивото развитие. Докато по време на семинара се говориха нещата, които могат да се направят за опазването на планетата ни в аспекта на устойчивостта, се обясниха и решенията, които могат да се прилагат ежедневно в насока на целите за климата и околната среда във фокуса на устойчивостта. А на семинарите, проведени от страна на Академия „Шишеджам“ през месец септември, с Айше Брав се разгледаха „Стиловете, които създават разлика“, а с Джудит Малика Либерман - „Разказване на истории“.

ОСЪЩЕСТВИ СЕ ПРЕДСТАВЯНЕТО WE SUCCESS FACTORS



Обнови се Системата за развитие на производителността в която служителите на Общността „Шишеджам“ са оценени според корпоративните и индивидуални бизнес цели и способности. Новата система се представи на служителите, които работят в предприятията на „Шишеджам“ в Турция, Русия, Босна и Херцеговина и България, с проведените представяния. Служителите бяха информирани за извършените новости, чрез видео съобщенията на Заместник Председателя на Управителния съвет и Генералния Директор на Общността „Шишеджам“ проф. д-р Ахмет Кърман, Председателят по човешки ресурси и корпоративни комуникации Шенгюл Демирджан и Председателят по стратегии Йозлем Вергон. Също така, анимационен филм, съдържащ промените в подновената Система за развитие на производителността във фирмите в Турция, се сподели с работещите. В този обхват, с целта културата на обратна връзка между служителите да допринесе моментални стойности и такива, фокусирани върху развитието, се раздадоха насочващи карти за обратна връзка, които служителите могат да споделят помежду си. Заедно с това, подготвиха се модули за е-обучение, които съдържат екранно преподаване SuccessFactors, изготвено на 4 езика – турски, босненски, български и руски.



НОВ ПЕРИОД В ПРОГРАМАТА ЗА МЛАДИ ТАЛАНТИ „TOGETHER“

Започна новият период на Глобалната програма за млади таланти „Together“. Скоро започва новият период на програмата, чрез която 63 дългосрочни стажанта бяха спечелени за локациите на „Шишеджам“ в Турция и 9 стажанта – в чужбина.



ПРИКЛЮЧИ ПОРЕДНИЯ ЛЕТЕН СТАЖАНТСКИ ПЕРИОД

В ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“

СТУДЕНТИТЕ, КОИТО ПРОВЕДОХА СТАЖОВЕТЕ
СИ ПРЕЗ ЛЕТНИЯ ПЕРИОД В СТРУКТУРАТА НА
„ШИШЕДЖАМ“, ПРЕКАРАХА ЕДНО ПОЛЗОТВОРНО И
ЗАБАВНО ПРЕЖИВЯВАНЕ.

ДУМАТА Е НА СТАЖАНТИТЕ



Мнението на младите таланти е важно за Общността „Шишеджам“ и тя ги интегрира при всяка възможност към работните процеси и им позволява да придобият един реалистичен бизнес опит. Студентите, които след оценяване на кандидатурите придобиха правото да бъдат стажанти, направиха първите си стъпки в трудовия живот тази година с лятната стажантска програма „First Step“ в структурата на Общността „Шишеджам“. Стажантите през летния период осъществиха разработки по казуси в 3 периода и представиха предложенията си за решения на различни проблеми и проекти. Стажантите, които работеха по определените теми на групи, споделиха идеите си на презентацията, която осъществиха.

СРЕЩИТЕ

„BUSINESS SCHOOL“

Стажантите, които прекараха летните си стажове в „Шишеджам“, намериха възможност за придобиване на по-обхванат опит, посредством „Business School“. Форумите „Business School“ се реализираха с целта, стажантите в летния стажантски период да намерят възможност да изпитат функционирането и отговорностите

на звената, извън отдела в който стажуват. За стажантите, които по време на форумите получаваха отговори на въпросите си, се представи информацията относно департаментите по Човешки ресурси, Маркетинг, Финанси, Стратегическо планиране, Производство и разработване, Закупуване и Верига на доставките.



МЛАДИТЕ ТАЛАНТИ НА „ШИШЕДЖАМ“ НА СЕО СЪБРАНИЕ...

Младите таланти, които след дългосрочна стажантска програма в Общността „Шишеджам“ се включиха в структурата на „Шишеджам“, се срещнаха със Заместник председателя на Управителния съвет и Генералния Директор на Общността „Шишеджам“ проф. д-р Ахмет Кърман. Служителите, които на СЕО срещата разказаха за стажантския период, който прекараха в „Шишеджам“ и споделиха наблюденията си, намериха възможност да изслушат опита и препоръките на уважаемия проф. д-р Ахмет Кърман.

НА СТАЖАНТИТЕ СЕ РАЗКАЗА ЗА УСТОЙЧИВОСТТА

Устойчивостта, която е една от темите, върху които се фокусира „Шишеджам“, играе важна роля в работните процеси. Общността „Шишеджам“, която цели да създаде обществена осведоменост по този въпрос, поема и отговорността да запознае професионалистите на бъдещето с тази дефиниция. В тази насока, за да се запознаят и информират стажантите от летния период относно дефиницията за устойчивостта и подхода на „Шишеджам“ по този въпрос, се организира Среща за устойчивост. След форумите под модераторството на Ефе Измирли, стажантите осъществиха обиколка на шоурума.

ПЪТЕШЕСТВИЕ ДО СЪРЦЕТО НА ИНОВАЦИИТЕ

Стажантите на Общността „Шишеджам“ от летния период посетиха Центъра по наука и технологии на „Шишеджам“ След като дейностите, провеждани в центъра, бяха разказани от специалистите на „Шишеджам“, Председателят по научноизследователска и технологично-развойна дейност Проф. д-р Шенек Октик се срещна със студентите по време на беседата „Наизушеното през живота и как да променим наизушеното“.

УНИВЕРСИТЕТСКИ КАМПУС ПРОГРАМИ ЗА НОВИЯ СЕМЕСТЪР

Кампус програмите за 2018-2019 учебна година на Общността „Шишеджам“ стартираха през месец септември. Мероприятието „BEST“, което се осъществи в този обхват, заедно с Клуба по инженерство към Университет „Богазичи“, се проведе с участието на 30 студенти от Европа. На студентите, които получиха информация за инвестициите и дейностите на „Шишеджам“ в Европа, се представи Програмата за млади таланти „Together“. Друга голяма организация, извършена в обхвата на кампусната програма пък събра заедно представители на 80 клуба от 44 университета със служители на „Шишеджам“. Мероприятието, което започна с откриващата реч на Специалиста на Марката „Работодател“ на Общността „Шишеджам“ Ебру Кахраман, продължи с практическото ателие, проведено от Директора по стратегическо планиране Ардън Йълмаз.

ЗА МУЗЕЙНОТО ДЕЛО СЪС СУНАЙ АКЪН

“ИМА ЕДНА СВЕТЛИНКА, ПРЕНАСЯНА ОТ РЪКА НА РЪКА ОТ СТОТИЦИ ГОДИНИ НАСАМ. ОГРОМНО ЩАСТИЕ Е ЗА МЕН, ЧЕ МОГА ДА ПРЕНАСЯМ ЧАСТИЧКА ОТ ТАЗИ СВЕТЛИНКА ПРЕЗ ТЪМНИНАТА. ЕДИНСТВЕНОТО МИ УСИЛИЕ И ЖЕЛЕНИЕ Е ТОВА.” РЕПОРТАЖ: МЕРВЕ ЙЪЛМАЗ

С Музея за играчки, който се откри през 2005 г., към поетичната ви, писателска, журналистическа и театрална личност се прибави и музейното дело. Коя е допирната точка на тези различни пътешествия?

Вратарството. Всъщност, исках да бъда вратар. Защото единственият играч, който е 90 минути на терена и нито веднъж не обръща гръб на приятелите си, е вратарят. Той е самотният човек и всеки вратар носи присъща за себе си тъга. Той бива сам сред онази тълпа. А това с което е облечен е пуловер, наричат го вратарски пуловер, защото на вратаря му става студено от самотата. Сред личностите, които изброихте, всъщност, има един много различен Сунай Акън. Искам да учредя един музей на вратарите и затова от години събирам информация, документи и предмети. Като че ли ще дам пълен отговор на този въпрос, когато открия този музей. Спирам се над това и в новата си книга. Името на новата ми книга, издадена от Издателство „Култура“ на Банка „Иш“, е „Сам на вратата“ и в тази книга разказвам за вратарството. Обаче, читателят тук няма да се срещне с една книга за футбола, отвъд футбола, аз разказвам за вратарите или с други думи, за онези, които не обръщат гръб. В книгата има много интересни истории за вратари и още повече, ще запозная читателя с хора за които не се знае, че са вратари. А в първия текст на книгата ще запозная читателя със собствената си история за ставането ми на вратар. Човекът, който стана повод за ставането ми на вратар, беше Лефтер

(Кючюкандонядис) – станах вратар, като спасявах шутите на Лефтер. По-късно изоставих това по свое желание. Да, това може би е всестранното развитие. И аз не знам, как точно се проявява. Само представям нещата, които съм натрупал в чекмеджето в мозъка си. “Има една светлинка, пренася се от ръка на ръка от стотици години. Какво щастие за мен ако и аз мога да взема частичка от тази светлинка и да я пренеса в тъмнината. Единственото ми усилие и желание е това.”

Направихте нещо безпрецедентно в Турция, като учредихте Музея на играчките. Даже станяхте повод за създаването на Съюза за играчки и музеи на играчките на Европа. Как започна тази история?

Запознах се с музей на играчките за пръв път в началото на 90-те в Нюрнберг и се впечатлих много. Никой музей не може да събере човечеството, цивилизацията под един покрив, така както музей на играчките. Музеите за играчки разказва бъдещето. Нещата, които се слагат пред дерето за да играе, винаги са били бъдещето на света. Ако търсим отговор на въпроса, какво ще стане след 40-50 години, трябва да гледаме с кои играчки си играят децата, докато ние тук си разговаряме. Защото винаги се е случвало така и музеите за играчки ни го разказват. След Музея на играчките в Нюрнберг, започнах да обикалям всички музеи за играчки в Европа, проучих историята на играчката. Написах книгата „Играчките, които счупихме“. Музеите, преди всичко, са паметта на обществата. Държавите с развити демокрации, икономики, не достигнаха първо



до тези ценности и после откриха музеи, а първо създадоха музеите, изминаха по техните коридори и достигнаха до тези ценности. Когато обикалях онези музеи, си казах, че и в Турция трябва да има музей на играчките в който историята на играчката трябва да се разкаже правилно. Използвах всичко, което притежавам, включително и къщата, останала от семейството ми, всичко, което съм спечелил от книгите ми, актьорството, авторските права за учредя Музея на играчките. След това учредих музеи за играчки в Газиантеп, Анталия и Самсун, Музея на Баръш Манчо в Кадъкьой, Музея за игри в Аташехир, Музея на приказката в Картал. Когато всичко това се случваше, музейното дело започна на излиза на преден план в Турция. Музеите са светилища на знанието. Ние се срещаме

постоянно в търговските центрове, това не е правилно. В музеите не се показват само експонати, организират се и мероприятия, трябва да се събираме там. Затова имаме нужда от повече музеи. Незаменимата частица на принципа на демокрацията за живеенето заедно, са музеите. Защото хората трябва да се събират около онази светлина на знанията, които се излъчват от музеите. За съжаление, Турция все още не го осъзнава. И моята цел е да разкажа това на Турция. Има едно решение, корто Ататюрк подписва, преди да замине на фронта в Сакаря и един от членовете на това решение е: „Учредяване на Етнографски музей в Анкара“. Дори, още когато няма нищо, той е мислил да създаде музей. Защото можем да постигнем демокрацията и културата на живота заедно, само

ако успеем да се превърнем в нация на знанието.

Често заявявате, че семейството ви заема голям дял в страстта ви към ученето и споделянето. Според вас, как родителите могат да подкрепят децата си за да реализират те собствения си потенциал?

Детският психиатър Аталай Йорююоглу, в една лекция е казал на студентите си в Медицинския факултет към Университет „Хаджеттепе“ така: „До тази моя възраст, родители от всички точки на Турция са довеждали децата си при мен. Казваха: „Докторе, това дете е странно, трябва да се излекува“. Аз казвах на тези майки и бащи да не се тревожат. Хащах децата за ръка, завеждах ги в стаята с играчки и им ставах просто приятел, играхме заедно игри. Лекувах родителите им и ги изпращах да си вървят.“ Според мен, тези думи обясняват всичко. Трябва да се запитаме: дете вижда родителите си, как гледат телевизия, как се карат. Добре, но колко деца в тази страна виждат майките и бащите си да четат книги, седнали един срещу друг? Това е главният въпрос. Родителите, преди всичко, да разрушат стените в главите си. Споделете света на детето, бъдете винаги до него за да достигне до знанието и да се превърне в справедлив и съвестен човек.

Макар царящата навсякъде медийна бъркотия, каналът ви „Кюп“ в YouTube се последва от хиляди души за кратко време. Каква е историята на началото и от къде идва наименованието „Кюп“?

Акаунтите ми в социалните медии управлява синът ми Али Озан и „Кюп“ също е негов проект. Нали казват „кюп за знания“, името идват от там. Без това, и символът му е кюп от когото излиза светлина. Защото в същото време е и като кубче захар, използваш го за момента и свършва, но придава вкус на живота. Всяка седмица се публикуват нови разкази. Там изказът и формулировката са по-театрални. Не се разказва история, а разкази, защото аз

не съм историк а литератор и съм почитател на разказа. Скоро в канала „Кюп“ ще се излъчват разкази за първите неща в Турция, заснети с много различни техники и в новаторски стил. Тези видеа ще се публикуват на 29 октомври – Празника на републиката, следващата година. Считаю, че индивидуалната медия е една от най-хубавите свободи, които тази ера на комуникациите ни предоставя, защото всеки може да създава собствената си медия, а зрителят да избира. Вече просветеният човек има шанса да създаде собствения си свят.

Какво мислите за стъкленото изкуство?
Огън, сещам се за огъня, когато се каже стъкло. Да се властва над огъня е много голямо изкуство. Трудът срещу огъня е

“
СТЪКЛОТО Е ПЯСЪК.
ТО Е АГРЕГАТНОТО
СЪСТОЯНИЕ НА СИЛИЦИЯ,
ПРЕОБРАЗУВАНО ВЪВ
ФЕЯ.”
”

най-великият труд. Стъкленото изкуство е това и изобщо не е лесно. Нямам такъв талант и много бих искал да имам. Ние бяхме по следите на духа в шишето, този дух в шишето се ражда от огъня като стъкло. Стъклото е много голяма новост, която огънят дарява на природата. Много обичам стъклените предмети. Винаги когато виждам пясък и плаж се сещам за стъклото, защото и без това, стъклото се изгражда от пясък. То е, силицият, който се превръща във фея след агрегатна обработка.

Как бихте дефинирали „Шишеджам“?
Преди всичко и най-важното - „Шишеджам“ е наша местна ценност, то е нашето производство, нашата пот на челото ни. В тези дни разбираме



стойността на това още по-добре. Богатството ни се изразява в ценностите, които притежаваме. За съжаление, не остана много от тези ценности, а тези, които останаха, заслужават да са на много по-добри места. Културна ни идентичност, трябва да е истинската ни идентичност. Както казва и Ататюрк: „Република Турция е основана върху културните ни ценности“. Ето, „Шишеджам“ е тази култура. Когато се каже „Шишеджам“, в ума ми изникват производствените политики, индустриалното движение през тези години на създаване на Република Турция. Произвеждахме на местно ниво турски самолети, Република Турция беше петата държава, която произвеждаше собствените си самолети. Добре, но какво остана в ръцете ни? Ето, „Шишеджам“ е едно от останалите неща. Затова той е гордост, чест, но в същото време и голяма тъга...

Кои спомени ви навяват приятелствата ви с големите имена на турската литература?
Наистина съм голям късметлия. От началото на 80-те години намерих възможност да разговарям с онези големи майстори, да им чиракувам. Страхувам се, че ако спомена един, а забравя друг, ще постъпя неприлично. Оpozнах изключително ценни хора от Яшар Кемал до Джан Юджел, Мелих Джевдет Андай, Джемал Сюрея, Ахмет Ариф, Ведат Гюньюл, Салах Бирсел до Мюджап Офлуоглу. Сещам се за десетки спомени: Един ден Джемал Сюрея, един негов приятел и аз вечеряхме на ресторанта на Гарата „Хайдарпаша“. Станахме от масата и качихме този негов приятел на влака. Точно като по филмите, той ни махна с ръка от прозореца и повече не го видях. Човекът, когото изпратихме онази нощ беше Ахмет Ариф и това беше

последният път в който аз видях Ахмет Ариф. Когато Джемал Сюрея почина, взех тялото му от моргата на „Хайдарпаша“, молитвата му щеше да се извърши на следващия ден в Джамията в Шишли. Когато шофьорът на погребалната кола се насочи към моста, на ум ми дойде този стих на Сюрея: „Поразходете ме малко, преди да ме погребете.“ Казах на шофьора да минем по крайбрежния път. Минахме през Саладжак, пред Моминската кула. В Кузгунджук, на един червен светофар видях Джан Юджел да върви, кръстосал ръце на кръста. Провикнах се, но не ме чу. Остана ми вътре, че не можах да му кажа: „Виж, разкарваме Джемал Сюрея.“ Друг път пък, на един от рождения ми дни, съпругата ми Белгин ми беше организирила изненада на ресторант на Босфора. Всичките ми приятели бяха заедно и ме заведоха там, без да подозирам нищо. Понеже съм роден на 12. септември, от 80-та година насам не празнувам рождения си ден, заради преврата. Но приятелите ми ме изненадаха така, като казаха: „Ние го празнуваме“. Бяхме на третия етаж на една сграда. Когато седяхме там, получих новината, че е пристигнал и Яшар Кемал. Понеже беше болен, му бяха забранили да изкачва стълби. И той е седнал долу на един стол. Отидох при него и той ми каза: „Казаха ми, не можеш да отидеш там, там има стълби. Аз им отговорих, добре, но не мога ли да седя на вратата на Сунай Акън?“ Можете ли да повярвате на тази скромност, на това величие? Ето, това е Яшар Кемал, това е изтънчеността на „тънкия“ Индже Мемед. И седнахме там, поговорихме си. Коя литературна награда е по-ценна от това, кажете ми! Може ли да се връчи една по-ценна награда на един поет или писател? Ето, натрупахме множество бонове чувства като този.

НАЙ-КРАСИВИТЕ ЕСЕННИ МАРШРУТИ

ЗАХЛАЖДАЩОТО СЕ ВРЕМЕ, ОБАГРЕНИТЕ В ХИЛЯДИ ЦВЕТОВЕ ЛИСТА, ГЛЕДКИ, КОИТО НАПОМНЯТ НА ЖИВОПИСИ... ПОДБРАХМЕ НАЙ-КРАСИВИТЕ МАРШРУТИ НА СВЕТА ЗА ДА ИЗЖИВЕЕТЕ НА ВОЛЯ МАГИЧЕСКАТА АТМОСФЕРА НА ЕСЕНТА.

ТОСКАНА, ИТАЛИЯ

Районът Тоскана на Италия е дестинация, която краси мечтите на всеки пътешественик, който обича да прави кулинарни открития. Най-лесният начин да преоткриете изпълнената с прекрасни вкусове Тоскана е да намете автомобил. Най-подходящият сезон за това пък, без никакъв спор, е есента с прохладния си въздух и цветния фестивал на дърветата. От средата на септември, реколтирането на множество вкусни продукти от трюфелите до тиквите, от гроздето до кестените, се празнува с фестивали, наречени „сагре“.

ТОКИО, ЯПОНИЯ

„Момижигари“ на японски означава да се посетят места по които са окапали есенните листа. В Япония най-красивите места за посещение през есента



Тоскана



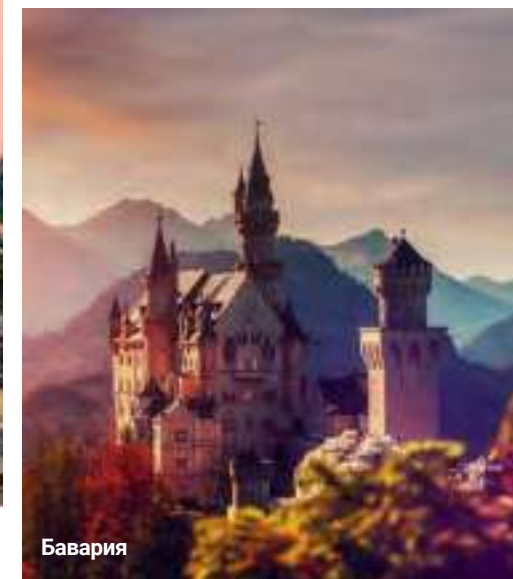
Япония



Москва



Трансилвания



Бавария



Квебек



Котуолдс



Женева

са столицата Токио и Които. Токио, който през месец май е разкрасена с черешовите цветове, през есента се променя и придобива различна прелест чрез цветовете на листата на яворите и гинкото. Местата, в които цветният фестивал намира живот с настъпването на есента се вижда с пълната си красота в Токио е Градините на Рикугиен, планината Такао, планината Митаке, и паркът „Шоуа Кинен“.

БАВАРИЯ, ГЕРМАНИЯ

Есента е чудесен сезон за преоткриване на намиращата се в южната част на Германия провинция Бавария. От септември месец алпийските гори започват да се обагрят с есенните цветове. Докато пътувате по 360 километровия маршрут, известен като „Романтичния път“, ще се чувствате като попаднали в картина от маслени бои. Красотата на крайпътните средновековни градчета като Ротенбург об дер Таубер ве Динкелсбюл се удвоява през есента. Най-хубавата страна на баварската есен пък са

известните фестивали за храна и напитки под името „Окtoberfest“.

ТРАНСИЛВАНИЯ, РУМЪНИЯ

С природата си, падащите мъгли, величествени планини и средновековни крепости родината на Конт Дракула Трансилвания е повече от мистериозна. Когато към тази картина се добавят и багрите на есента, просто е невъзможно човек да не бъде обхванат от магията на Трансилвания. Макар и Трансфегаращан, който в продължение на 90 километра се извира с остри завои между планините Фагарас, е автомобилен маршрут, който изисква смелост, дава заслуженото на сезона с легендарната си есенна гледка. Домът на Конт Дракула Крепостта Бран ще ви накара да настръхнете само с вида си по средата на тази изключителна панорама.

МОСКВА, РУСИЯ

Онези, които смятат, че Москва е студен и сив метрополис, трябва да я зърнат поне веднъж

през есенните месеци. Макар и архитектурните създания от съветската ера да придават строго изражение на града, широките паркове се обагрят в хилядните нюанси на есента и красят Москва. Огромните паркове на града като „Горки“, „Измайловски“, „Царицино“ представят гледки като на картичка с невероятните си цветни преходи. Бившият царски имот Коломенское, изграден върху площ от 359 хектара край река Москва е безкрайно фотогеничен през есента със своите бели дворци и църкви със сини куполи.

КВЕБЕК, КАНАДА

С настъпването на есента, кленовите дървета, символизиращи Канада, се оцветяват в червено и жълто. Провинция Квебек в която е концентрирана френско говорящата част на страната, е разположена край река Сейнт Лоурънс. Природата на близо разположените до градския център паркове е изключително щедра. След кратко пътуване се озовавате наред планини,

долини и водопади, като изживявате на воля цветовете на есента. 125 километровата железопътна линия Шарлевоа, която се простира от Квебек до Ла Малбе ви предоставя върховни есенни преживявания със седемте си планински градчета и малките си, китни селца.

КОТСУОЛДС, ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Костуолдс до който може да се достигне с автобус или влак от Лондон, с малките си сгущени селца, градини, римски останки, огромни имения, величествени дворци е рай, скрит в южната част на Англия. Костуолдс, който през лятото бива покрит от знойно зелена пелерина, с настъпването на есента се превръща в сцена за танца на цветовете. Буртон он Уотър, който напомня за Венеция, известния с антикварните си магазини Бурфорд, Бибъри, който изглежда така, че е скочил от книжките с приказки, са едни от най-красивите села на Костуолдс. Друго от местата, които задължително трябва да



Ню Йорк



Китайската стена



Бозджаада



Блед

се посетят в Костуолдс пък е историческата църква „Лейкок Ейби“ в селото „Лейкок“. Залите на църквата могат да се сторят познати на привържениците на Хари Потър, защото първите два филма на поредицата бяха заснети тук.

ЖЕНЕВА, ШВЕЙЦАРИЯ

Женева, който е един от най-зелените градове на Европа, с настъпването на есента се преоблича в алено-жълти одежди. Най-подходящото място за да изживеете есента, който е най-фотогеничният сезон на града, създаден между френските Алпи и Женевското езеро, е Жардан Ботаник. Ако желаете да си говорите на „ти“ с природата, може да извървите 32 километровото пешеходно трасе „Гранд Траверсе“

или да се включите в разходка с кораб по Женевското езеро и да преоткриете по вода природата на града и прекрасните къщи около реката.

КИТАЙСКАТА СТЕНА, КИТАЙ

Едно от седемте чудеса на света, невероятното туристическо преживяване, което украсява мечтите на пътешествениците – Китайската стена, в същото време е и един от най-красивите маршрути по които може да се усети прелестта на есента. С реставрираните си пътища и многобройните си часовникови кули, Матианю, което е на 70 километра разстояние от центъра на Пекин, домакинства на един от най-добрите маршрути на Китайската стена. 2,3 километровото трасе

на Матианю, което е много по-спокойно в сравнение с многолюдния Бадалинг, е изключително подходящо и за семействата.

НЮ ЙОРК, САЩ

Ню Йорк е един от най-красивите градове на света през есента. Затова, от втората половина на месец септември се организират специални екскурзии, дори за пътешественици, които просто искат да се разхождат под капешите есенни листа. Неповторимо преживяване е да видите най-големия парк на града „Централ парк“ през есента с всичките му дъбове, кленове, явори и черни черешови дървета. Другите паркове по които може да се тръгне по дирите на есента са „Форд

Трайон Парк“ по поречието на река Хъдсън, „Проспект Парк“, „Алей Понд Парк“ и „Блумингдейл Парк“... Освен това, круизните компании организират разходки с кораби, специално за есента.

БЛЕД, СЛОВЕНИЯ

Курортното градче Бле, на 45 минути разстояние с автомобил до столицата Любляна, е сякаш приказан край. Едноименното езеро Блед е едно от най-известните езера на света. Църквата „Свети Мартин“, построена на малкото островче точно по средата на езерото, е просто омагьосваща. С лебедите си, високите си планини и обгръщащите го гори, езерото Блед достига върха на красотата през есента. Докато обикаляте пеша около езерото, може



Йедигьолер

да се влюбите хиляди пъти в романтиката, с която есента дарява природата. Езерото Бохини на около 3 километра от езерото Блед е друго чудо на природата в Словения.

БОЗДЖААДА, ТУРЦИЯ

Постоянните посетители знаят много добре – най-красивият сезон на Бозджаада е есента. Тъпата се разрежда и с малко

изморяния си, но спокоен вид островът изживява най-хубавите си дни. Най-красивите плажове на Боджада, който пленява сърцата с вятъра си, студеното си, но чисто море и каменните си къщи, са Аязма, Сулубахче, Хаббеле и Тузбурну. Фестивалът за местни вкусове на 21-23 септември е едно от най-хубавите събития на острова. Фестивалът, който се провежда от 210 година насам

и вече се превръща в традиция, е идеалното оправдание за да тръгнете към Бозджаада на есен.

АБАНТ – ЙЕДИГЬОЛЛЕР, ТУРЦИЯ

За да откриете всички цветове на есента на едно място, обърнете ротата си към Абант – Йедигьоллер. Екскурзия до Абант и Седемте езера, които омагьосват с природата си и през четирите

сезона, през есента се превръща в незабавимо приключение. Багрите, които гаят с есенна милувка езерата и обгръщащите ги гори, няма да се изтрият от паметта ви. С почервявящите, пожълтяващите, упорстващите са останат зелени и изпадналите победени от есента листа, всяка точка, която попада в ползрението ви, е сякаш кадър от картичка.

КУПИЧКА ПЪЛНА С ВКУС

ЕДИН ОТ ПОПУЛЯРНИТЕ КУЛИНАРНИ ТРЕНДОВЕ НАПОСЛЕДЪК СА ПРАКТИЧНИТЕ И ЗДРАВΟΣЛОВНИ ВКУСОВЕ, ПРИГОТВЕНИ В КУПИЧКИ. МОЖЕ ДА РАЗНООБРАЗИТЕ И УКРАСИТЕ ПО ВАШ ВКУС И ВЪОБРАЖЕНИЕ ТЕЗИ РЕЦЕПТИ В КУПИЧКИ ОТ ДЕСЕРТИ ДО ВЕЧЕРИ, КОИТО ЩЕ НАХРАНЯТ И СТОМАХА, И ОЧИТЕ ВИ, КАКТО И ДА СЪЗДАДЕТЕ ВАШИ СОБСТВЕНИ РЕЦЕПТИ.



Смути купичка за закуска

АКО НЯМАТЕ МНОГО ВРЕМЕ, КОЕТО ДА ОТДЕЛИТЕ ЗА ЗАКУСКА, НО ВСЕ ПАК ИСКАТЕ ДА СЕ ХРАНИТЕ ЗДРАВΟΣЛОВНО, БЕЗ ДА ПРАВИТЕ КОМПРОМИСИ С ВКУСА, ТАЗИ СМУТИ КУПИЧКА Е ТОЧНО ЗА ВАС.

ПРОДУКТИ

5 супени лъжици цедено мляко
10 броя черни боровинки
6 броя ягоди
1 чаена лъжичка мед
1 супена лъжичка семена от chia

ЗА УКРАСАТА

10 броя черни боровинки
6 броя малини
1 супена лъжичка гранола
5-6 свежи листа от мента

НАЧИН НА

ПРИГОТВЯНЕ

• Добавете ягодите, боровинките, медта и семената от chia към цеденото мляко и разбъркайте до получаването на хомогенна смес.

• Изсипете сместа в купичка. Украсете с боровинките и свежите листенца от мента.



Детокс смути купичка

ПЕРИОДЪТ СЛЕД ЛЯТОТО Е ТОЧНОТО ВРЕМЕ ЗА ИЗХВЪРЛЯНЕ НА АТИОКСИДАНТИТЕ ОТ ТЯЛОТО С ЕДНА ВКУСНА И ЗДРАВΟΣЛОВНА СМУТИ КУПИЧКА ПРИДАЙТЕ СЛАДОСТ КЪМ ДЕТОКСА СИ.

ПРОДУКТИ

1 водна чаша бейби спанак
1 водна чаша кефир
1 банан
½ авокадо
1 чаена лъжичка мед

ЗА УКРАСАТА

4-5 броя малини
7-8 броя боровинки
1 киви
1 чаена лъжичка семена от chia
1 чаена лъжичка белени тиквени семки

НАЧИН НА ПРИГОТВЯНЕ

• Разбъркайте бейби спанака, кефира, банана, авокадото, леда и меда до получаването на гладка смес.

• Украсете с малини, киви, семена от chia, мед и сервирайте. Използвайте бейби черно листно зеле, ако няма сгответе листното зеле на пара, за да се придобие по лесно гладка смес.



Купичка кускус със зеленчуци на скара

АКО ТЪРСИТЕ НАСИЩАЩА И ХРАНИТЕЛНА РЕЦЕПТА ЗА ОБЯД ИЛИ ЛЕКА ВЕЧЕРЯ, МОЖЕ ДА ДАДЕТЕ ШАНС НА ТАЗИ КУПИЧКА В КОЯТО ЗЕЛЕНЧУЦИТЕ НА СКАРА СЕ СРЕЩАТ С КУСКУСА.

ПРОДУКТИ

1 малка тиквичка
1 малък патладжан
1 домати
1 водна чаша кускус
2 супена лъжица зехтин екстра върджин
1 стръкче мащерка
Сол

НАЧИН НА ПРИГОТВЯНЕ

• Обелете тиквичката и патладжана. Наредете зеленчуците върху постлана с омазнена хартия тавичка за печене, поръсете със сол и зехтин. Печете на предварително загрята на 200 градуса фурна, в продължение на 30 минути.

• Премахнете семките на домата и го нарежете.

• Сварете кускуса.

• На широка купа изсипете първо сварения кускус. Отгоре прибавете зеленчуците на скара и доматиите. По желание украсете със стръкче мащерка и сервирайте.



Веган Буда Купа

БУДА КУПИТЕ СА ЕДНИ ОТ НАЙ-ВАЖНИТЕ ТРЕНДОВЕ ЗА ХРАНЕНЕ ПРЕЗ ПОСЛЕДНИТЕ ГОДИНИ. НАРЕД С ЛЕСНОТО СИ ПРИГОТВЯНЕ, БУДА КУПИТЕ, КОИТО СЕ ЦЕНЯТ ЗАРАДИ ЗДРАВΟΣЛОВНИТЕ СИ КАЧЕСТВА, СЪБИРАТ РАЗЛИЧНИТЕ ХРАНИТЕЛНИ ГРУПИ В ЕДНА КУПА.

ПРОДУКТИ

1 сладък картоф
1 водна чаша бейби спанак
5 броя чери домати
½ авокадо
1 водна чаша сварена киноа
1 водна чаша сварен нахут
1 чаена лъжица куркума
1 чаена лъжица черен кимион
1 супена лъжица зехтин екстра върджин

НАЧИН НА ПРИГОТВЯНЕ

• Обелете и нарежете на кубчета сладкия картоф. Разстелете омазнена хартия върху тавата за печене и наредете кубчетата картоф. Печете на предварително загрята на 200 градуса фурна в продължение на 30 минути.

• След изпичането на картофите, подредете ги в широка купа, заедно с предварително сварения и подправен с куркумата нахут, сварената киноа, авокадото, нарязано по дължина, чери доматиите, нарязани на четири и бейби спанака.

• Отгоре поръсете зехтина и черния кимион, и сервирайте.



Купичка Нудли с гъби

НУДЛИТЕ, КОИТО СА МАКАРОНЕНО ИЗДЕЛИЕ, ПРИСЪЩО ЗА АЗИАТСКАТА КУХНЯ, СА ИДЕАЛЕН ПРОДУКТ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ В РАЗЛИЧНИ РЕЦЕПТИ ЗА КУПИЧКА. А ГЪБИТЕ СА НЕОСПОРИМО ЕДИН ОТ НАЙ-ПОДХОЖДАЩИТЕ СЕ ПРОДУКТИ С НУДЛИТЕ.

ПРОДУКТИ

1 пакет нудли
10 броя гъби
2 скилидки чесън
2 супени лъжици соев сос
3 стръка пресен лук
Половин водна чаша белени фъстъци.
Зехтин

НАЧИН НА ПРИГОТВЯНЕ

• Сварете нудлите по рецептата, написана върху пакета и изцедете.

• Наредете гъбите. Добавете соевия сос и рендосания чесън към зехтина и изпържете гъбите добре.

• Печете фъстъците на тиган с незалепащо покритие, без мазнина, докато станат златисто-кафяви.

• Разпределете нудлите си върху широки купичка. Отгоре изсипете гъбите, ситно нарязания лук и фъстъците, и сервирайте.

ИЗЛОЖБИ СЪЗДАДЕНИ ЗА СЪКЛОТО

ПЪТЕШЕСТВИЕТО ИЗ ИЗКУСТВОТО В ХИЛЯДОЛЕТНАТА ИСТОРИЯ НА СЪКЛОТО ЧРЕЗ АКТУАЛНИТЕ ИЗЛОЖБИ ПО ЧЕТИРИТЕ КРАИЩА НА СВЕТА ДАВА ВЪЗМОЖНОСТ ДА СЕ ВИДЯТ ВПЕЧАТЛЯВАЩИТЕ СЪКЛЕНИ ПРОИЗВЕДЕНИЯ НА МОДЕРНИТЕ АРТИСТИ.

MARIO BELLINI FOR MURANO

Fondazione Musei Civici di Venezia

До 3. март

Съклените произведения, които световно известният италиански архитект и дизайнер Марио Белини създава, като остава верен на техниката „Мурано“, се срещат с любителите на изкуството в изложбата „Марио Белини фор Мурано“. Всъщност, Белини е прочут с новаторските дизайни от автомобили до електроника и с архитектурните си творби. Творбите на Белини, който пречупва през автентичната си призма традиционните техники в съклените пещи на име „Сегусо“ и „Венини“ на остров Мурано и допринася за развитието и на съкленото изкуство, са събрани в тази специална изложба. Изложбата, която е открита в обхвата на Венецианската седмица на съклото, проведена през месец септември, може да се разглежда до март 2019 г.

museovetro.visitmuve.it



SPLENDOR AND BLISS

Gemeentemuseum, Den Haag, Hollanda

До 3. март

Гементемюзеум в Хага, обединява най-красивите творби от богатото ислямско изкуство в изложбата „Splendor and Bliss“. Наред с кобалтово сините керамики, килимите с ориенталски мотиви и вратите с дърворезби, произведени между 900-1900 години, сред най-важните произведения на изложбата се намират и образци на съкленото изкуство. Много специални експонати от музейната колекция, които озаряват миналото на съкленото изкуство, намират място в изложбата. Наред с декоративните лампи, вази, калиграфски произведения, на изложбата има и други предмети, произведени от съкло: бурканите на маслата и мехлемите, използвани по хамамите, шишета за парфюми, съдчета за очна линия, чаши, мастилници, маслени лампи... www.gemeentemuseum.nl





TOYAMA INTERNATIONAL GLASS EXHIBITION 2018

Toyama Glass Art Museum

До 25. ноември

Toyama International Glass Exhibition е събитие, което награждава млади таланти от цял свят със състезание и ги събира заедно в международна изложба. Състезанието и изложбата, които се провеждат веднъж на три години, целят да покажат актуалното състояние на модерното стъкло и да насърчат младите таланти относно избора на стъкления материал. Най-голямата награда на тази годишно състезание отиде при норвежкия артист по визуални изкуства Аеса Бьорк и неговата впечатляваща инсталация на име „Shield II”. Toyama International Glass Exhibition 2018 в която се излагат и останалите наградени творби, отличили се както с начина на изразяване, така и с техническото използване на стъклото, е неповторимо по рода си събитие от гледна точка на различните идеи и новаторското използване на стъклото, които представя.

www.toyama-glass.jp



GLASS OF THE ARCHITECTS: VIENNA, 1900-1937

Corning Museum of Glass

До 7. януари

През 20. век, група европейски и американски архитекти, пренесоха архитектурата стъпка отвъд проектирането на скелета на сградата и се включиха в дизайна на всички детайли, свързани с архитектурата. Тези архитекти, които вярваха, че задачата им е да интегрират модерната естетика във всяка област на бита, добавиха артистичната си визия към много сфери от мебелите до керамиката, от текстила до стъклото. Изложбата „Glass of the Architects: Vienna, 1900-1937” поставя под лупа дизайнерската страна на архитектите, които развиват дейност в определен период от време в Австрия и не виждат архитектурата единствено като проектиране на сгради. Едно от най-важните произведения на изложбата, което събира над 150 творби, е новосъздадена версия на инсталацията „Dressing Room for a Star” на Джоузеф Хофман. www.cmog.org



ПЪРВАТА СПИРКА НА ДОБРОВОЛЦИТЕ НА „ШИШЕДЖАМ“ В ЧУЖБИНА – БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА

ДОБРОВОЛЦИТЕ НА „ШИШЕДЖАМ“ ПОСЕТИХА ПЕНСИОНЕРИТЕ И НУЖДАЕЩИТЕ СЕ СЕМЕЙСТВА В РЕГИОНА.



Доброволците на „Шишеджам“, сформирани от служители на „Шишеджам“, продължават дейностите си за социална отговорност. Първата спирка на мероприятията, които служителите на Общността са реализирали безброй много проекти за социална отговорност в Турция, организират в чужбина, стана Босна и Херцеговина. На 18-19 септември, Доброволците на „Шишеджам“ посетиха пенсионерите и нуждаещите се семейства в региона.

ПОСЕТИХА СЕ 60 ДОМАКИНСТВА

Доброволците на „Шишеджам“, които до днес реализираха безброй много проекти в Турция, осъществяват многообразни дейности за социална отговорност, от кръводарителски кампании до Празненството за правата на децата, от мероприятията „Съгласието е отново стъкло“ до посещенията в „Дарюладжезе“. Доброволците на „Шишеджам“, които изхождат от целта да създадат разлика в обществото, извършиха посещения на 60 домакинства. На посещенията,

които започнаха с медицински прегледи, Доброволците на „Шишеджам“ раздадоха предварително приготвените пакети за подпомагане на хората в нужда. В този обхват, достигнаха до 45 души над 80 годишна възраст, пенсионирани от „Сода Лукавац“, които живеят сами и до 15 семейства в неравностойно положение, посочени от Червения кръст. Докато посетените лица и семейства благодариха на екипите за помощта им, служителите на Фабрика „Сода Лукавац“ изразиха, че се гордеят, че работят в „Шишеджам“.



ОТНОСНО ФАБРИКАТА „СОДА ЛУКАВАЦ“

Фабриката „Сода Лукавац“, учредена през 1893 г. в индустриалния и минен регион на Босна и Херцеговина Тузла Лукавац, носи славата на най-бързо разрастващото се предприятие за производство на синтетична сода в Европа. Тежката сода, леката сода и натриевият бикарбонат, които произвежда фабриката „Сода Лукавац“, се използват като суровини в стъкларската индустрия, индустриите за производство на перилни препарати, химически вещества, текстил, системи за пречистване на водни и коминни системи, хранително-вкусови изделия и фуражи. Фабриката, която през 2006 г. се включва в структурата на Общността „Шишеджам“ с годишния си производствен капацитет от 120 хиляди тона, с направените инвестиции днес притежава производствен капацитет от 585 хиляди тона годишно. Фабриката, която е едно от най-важните предприятия за износ на Босна и Херцеговина, осигурява суровини за важните производители на стъкло и перилни препарати в Европа, а продуктите ѝ се изнасят за целия европейски пазар и за над 50 държави, начело със страните от Централна и Югоизточна Европа.



ПЪСТРОЦВЕТНИ ГРАДОВЕ СЪС

„СТЪКЛОТО Е
ОТНОВО СТЪКЛО“

ЕДИН ОТ НАЙ-ШИРОКООБХВАТНИТЕ ПРОЕКТИ ЗА УСТОЙЧИВОСТ И СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ „СТЪКЛОТО Е ОТНОВО СТЪКЛО“ ПРОДЪЛЖАВА ДА ДОСТИГА ДО МНОЖЕСТВО ОБЛАСТИ НА ТУРЦИЯ.

Един от най-широкообхватните проекти за устойчивост и социална отговорност „Стъклото е отново стъкло“, реализиран от Общността „Шишеджам“ през 2011 г., изхождайки от това, че стъклото е най-здравословният амбалажен материал, тръгна още веднъж на път да изпъстри градовете.

В обхвата на проекта, с участието на служителите на Общността „Шишеджам“ и техните семейства, с цел подкрепа на рециклирането се организираха мероприятия по оцветяване на касички за стъкло в

областите Къркларели, Денизли, Бурса и Мерсин. Касичките за рециклиране на стъкло, които придобиха нов дизайн, след като бяха оцветени от Доброволците на „Шишеджам“, ще допринесат за дейността по рециклиране на общините, като бъдат поставени на посочените за целта места.

РАЗНОЦВЕТНИ КАСИЧКИ ЗА СТЪКЛО В 4 ГРАДА

Първата спирка на мероприятията „Стъклото е отново стъкло“ стана Къркларели. Мероприятията за оцветяване на стъклени касички, проведени във

фабриките „Пашабахче Джам“, „Шишеджам Дюзджам“ и „Шишеджам Аутомотив“, се осъществиха с приблизително 200 участници. Във Фабриката за стъкло в Денизли, който беше втората спирка на „Стъклото е отново стъкло“, участва група от 100 души, състоящи се от служителите във фабриката и техните семейства. Мероприятията във фабриките „Шишеджам Дюзджам“ и „Шишеджам Джам Амбалаж“ в Бурса бяха проведени с участието на приблизително 100 души. Четвъртата спирка на мероприятията

„Стъклото е отново стъкло“ след Къркларели, Денизли и Бурса стана Мерсин. На мероприятията по оцветяване на касички за стъкло във фабриките „Шишеджам Химикали“ и „Шишеджам Дюзджам“ участваха 200 души, сред които служители на „Шишеджам“ и техните семейства. Приблизително 600 доброволци от служителите на „Шишеджам“ и техните семейства, участвали на мероприятията на „Стъклото е отново стъкло“, преведоха касичките за стъкло в един много по-красив и пъстър нов вид.



СПОРТЕН КЛУБ „ШИШЕДЖАМ“ - ЧАЙЪРОВА

СЕ ВЪРНА С УСПЕХИ ОТ СЪСТЕЗАНИЯТА

С РЕЗУЛТАТИТЕ, КОИТО ИЗВОЮВА ПРЕЗ МЕСЕЦ ЈУЛИ И АВГУСТ, СПОРТЕН КЛУБ ЧАЙЪРОВА ПРЕДСТАВЛЯВА МНОГО УСПЕШНО ОБЩНОСТТА „ШИШЕДЖАМ“.

РЕЗУЛТАТИ ОТ ШАМПИОНАТА ПО ГРЕБАНЕ ЗА МЛАДЕЖИ В ТУРЦИЯ

Шампионатът по гребане за младежи в Турция се проведе на маршрута по гребане Сапанджа/Сакаря, на 14-15 юли 2018 г. На отборните класирания, Спортен клуб Чайъррова спечели едно второ, едно трето и 2 пети места. Точките, които получиша отборите и класиранията са, както следва:

МАЛКИ МОМЧЕТА:

Със 128 точки се класираха на 2. място.

ЗВЕЗДИ МЪЖЕ:

С 218 точки се класираха на 3. място.

МЛАДИ МОМИЧЕТА:

С 50 точки се класираха на 5. място.

МЛАДИ МЪЖЕ:

С 10 точки се класираха на 5. място.



КАНУ ПО ЗАСТОЯЛА ВОДА 2018 Г. КУПАТА НА ТУРЦИЯ

Спортен клуб Чайървода, който участва с 12 души на състезанията по Купата кану-кааяк по застояла вода 2018 г., проведени в Ескишехир между

6-8 юли 2018 г. с участието на 30 области, 17 клуба и 252 спортисти, спечели общо 11 златни, 1 сребърен и 6 бронзови медала, 1. Купа на Турция за големи жени и 2. купа на Турция за млади момичета.



ВЕТРОХОДНИ СЪСТЕЗАНИЯ „ДАМЬО“

На ветроходните състезания „ДАМЬО“, организирани от страна на Федерация по ветроходство на Турция, Областното Представителство по ветроходство – Ялова и Командването на Висше професионално училище по морско дело – Карамюрселбей, спортистите на Спортен клуб Чайъррова

участваха в общо пет категории, от които Оптимист, Джуниър и Момичета, а при клас Лазер – Обща и Младежи. Спортистите, станаха първенци като отбор с високите си резултати и спечелиха Купата на Висше професионално училище по морско дело – Карамюрселбей за клуба.

БАЛКАНСКИ ШАМПИОНАТ ПО ГРЕБАНЕ

На Балканския шампионат по гребане, проведен на 25-16 август 2018 г. в българския град Пловдив, спортистите на Спортен клуб Чайъррова спечелиха общо 12 медала, от които 6 златни, 3 сребърни и 3 бронзови. Заедно с това, спортистите станаха шампиони в класирането за Мъже, а на класирането Жени и на Общото класиране станаха трети.



КЛАСАЦИЯ:

Оптимист –
1. Ягъз Ашчюглу

Оптимист Момичета -
1. Мерве Есна Йозен,
2. Дефне Учал

Лазер 4.7 Обща-
1. Угуркан Йълмаз,
3. Беркант Саръчам

Лазер 4.7 Младежи -
1. Угуркан Йълмаз

Şimdi!

СЕГА! ВРЕМЕ ЗА МЕРОПРИЯТИЯ

СЕГА! ПОСРЕЩА ЕСЕНТА С ПРИЯТНИ МЕРОПРИЯТИЯ



ПРИКЛЮЧИХА

ТУРНИРИТЕ ПО ТАБЛА

Турнирите по табла, проведени във фабриките на „Шишеджам“ в Денизли, Мерсин и Къркларели, станаха сцена на забавни и трудни мачове. Победителите от състезанията, проведени във фабриките, по-късно се бореха за шампионска титла на регионалните финали. Победителите на турнира по табла, станаха следните лица:

РЕЗУЛТАТИ НА ТУРНИРИТЕ ПО ТАБЛА В КЪРКЛАРЕЛИ:

Фабрика „Шишеджам Тракия Джам“:
Шампион Юмит Акйълдъз
2. Емре Арабаджъ
3. Волкан Тюркоглу

Фабрика „Шишеджам Аутомотив“:
Шампион Турхан Дурмаз
2. Биртан Демир
3. Тюркер Тюркмен

Фабрика „Пашабахче Джам Санайи ве Тиджарет“ АД – Къркларели
Шампион Бюлент Гюнгор
2. Ерхан Кесер
3. Джумхур Йълмаз

А на Регионалните финали, които се проведеха сред шампионите от фабриките, Турхан Дурмаз стана този, който получи шампионската титла.



РЕЗУЛТАТИ ОТ ТУРНИРА ПО ТАБЛА В МЕРСИН:

Фабрика „Тракия Джам Санайи“ АД – Мерсин
Шампион Мете Кърай
2. Юджел Ялън
3. Мурат Гендже

Фабриката „Анадолу Джам Санайи“ АД
Шампион Ахмет Гюч
2. Ялчън Ташкън
3. Мурат Гендже

РЕЗУЛТАТИ ОТ ТУРНИРА ПО ТАБЛА В ДЕНИЗЛИ:

„Денизли Джам Санайи ве Тиджарет“ АД
Шампион Хасак Акюз
2. Умут Талих
3. Исмаил Дурмаз

А на турнира на когото **Фабриците Сода-Хром-Оксивит** участваха заедно, **Али Танръверди** стана шампион, докато **Тамер Танер** спечели 2-ро място, а **Гьокхан Аксан** – 3-то място. Шампион на регионалните финали стана **шампионът на Мерсин, представителя на Фабрика „Тракия Джам“ Мете Кърай.**



ПРОГНОЗАТА ЗА СВЕТОВНАТА КУПА

ИЗНЕНАДА С НАГРАДИ

Световната купа на FIFA, която е едно от най-вълнуващите спортни събития, тази година стана сцена на неочаквани изненади. За финалната среща, която спря дъха на всички, в структурата на цялата Общност се организира състезание за прогноза на изхода от срещата. 15 души, определени чрез теглене сред всички онези, които прогнозираха по правилен начин победителя на мача Франция-Хърватска, получиха носталгични подаръчни кутии от „Сегал“.



БИХТЕ ЛИ ИСКАЛИ ДА СЕ ВКЛЮЧИТЕ В ЕКИПА НА „СЕГА!“

„Сегал“ търси новите си доброволци! Включвайки се в екипа на „Сегал“, можете да реализирате предложенията си за мероприятия, които бихте искали да се провеждат в структурата на Общността „Шишеджам“ и да създадете по приятна обстановка за работа в напрегнатите работни дни. Желаетелите да участват, могат да отправят искането си към Отдел „Човешки ресурси“, към когото са свързани, представителите на „Сегал“ по предприятията или чрез адрес: simdi_destek@sisecam.com.

ОТРАЖЕНИЯ В ПРЕСАТА

ЮЛИ-АВГУСТ-СЕПТЕМВРИ 2018 Г.



1. МЕКСИКАНСКА ВЪЛНА
"БАТАН" - 04.07.2018 Г.
2. ШЕ ЗАКУПУВА СТАРТЪП КОМПАНИИ В
ЧУЖБИНА
"СЪОЗДЖЮ" - 04.07.2018 Г.
3. "ШИШЕДЖАМ" СЛЕДИ ЗА НОВИ ИНВЕСТИЦИИ
"МИЛЛИЙЕТ" - 04.07.2018 Г.
4. TURKISH GLASSMAKER HAS INDIAN
AUTOS IN ITS SIGHTS
HÜRRİYET DAILY NEWS - 04.07.2018 Г.
5. ФОКУСИРА СЕ ВЪРХУ НОВИ БИЗНЕС КЛОНОВЕ
"ДЮНЯ" - 04.07.2018
6. "ШИШЕДЖАМ" ШЕ НАПРАВИ НОВИ
ИНВЕСТИЦИИ
В МЕРСИН
"ДЖУМХУРИЙЕТ" - 04.07.2018 Г.
7. НОВА ИНВЕСТИЦИЯ ОТ "ШИШЕДЖАМ" В
МЕРСИН
"ДЮНЯ" - 07.09.2018 Г.
8. НОВА ИНВЕСТИЦИЯ ОТ "ШИШЕДЖАМ" В
МЕРСИН
"ДЮНЯ" - 07.09.2018 Г.
9. РЕШЕНИЕ ЗА НОВА ИНВЕСТИЦИЯ ОТ ТУРСКИЯ
СТЪКЛАРСКИ ГИГАНТ
"АКШАМ" - 06.09.2018
10. 1.6 МИЛИАРДА ТЛ ЗА 6 ГОДИНИ НЕТНА
ПЕЧАЛБА НА "ШИШЕДЖАМ"
"АКШАМ" - 29.07.2018 Г.
11. ПЕЧАЛБАТА НА "ШИШЕДЖАМ" ДОСТИГНА 1.6
МИЛИАРДА
"СТАР" - 29.07.2018 Г.
12. ИЗВЪРШИ ИЗНОС ЗА 400 МИЛИОНА ДОЛАРА
ПРЕЗ ПЪРВАТА ПОЛОВИНА НА ГОДИНАТА
"ТЮРКИЙЕ" - 29.07.2018 Г.
13. НЕТНА ПЕЧАЛБА ОТ 1.6 МИЛИАРДА ТЛ ЗА 6
ГОДИНИ НА "ШИШЕДЖАМ"
"БАТАН" - 29.07.2018 Г.
14. ЗАГРЯ 66 МИЛИОННАТА НОВА ПЕЩ
"АКШАМ" - 27.07.2018 Г.
15. УВЕЛИЧИ КАПАЦИТЕТА СИ ЗА 66 МИЛИОНА
ДОЛАРА "ХЮРРИЙЕТ" - 27.07.2018 Г.
16. ФАБРИКА В ЕСКИШЕХИР
"ПОСТА" - 27.07.2018 Г.
17. ИНВЕСТИЦИЯ НА "ШИШЕДЖАМ" В ЕСКИШЕХИР
ЗА 66 МИЛИОНА ДОЛАРА
"СТАР" - 27.07.2018 Г.
18. ЗАГРЯ ПЕЩТА
В ЗАВОДА В ЕСКИШЕХИР
"БАТАН" - 27.07.2018 Г.
19. ПОТВЪРЖДЕНИЕ ЗА "ШИШЕДЖАМ"
ОТ FITCH "БАТАН" - 22.07.2018 Г.
20. ВЛЕЗЕ В СПИСЪКА НА НАЙ-АВТОРИТЕТНИТЕ
ФИРМИ
"СЪОЗДЖЮ" - 21.07.2018 Г.
21. "ШИШЕДЖАМ" ВЛЕЗЕ В СВЕТОВНАТА ЛИГА НА
АВТОРИТЕТА
"СТАР" - 20.07.2018 Г.
22. "ШИШЕДЖАМ" Е В СПИСЪКА НА НАЙ-
АВТОРИТЕТНИТЕ ФИРМИ В СВЕТА
"БАТАН" - 20.07.2018 Г.
23. ДЕНИЗЛИ Е ВТОРАТА СПИРКА НА ПРОЕКТА
"СТЪКЛОТО Е ОТНОВО СТЪКЛО"
"ДЮНЯ" - 20.08.2018 Г.
24. СЕМЕЙСТВОТО НА "ШИШЕДЖАМ"
ПРИБАВИ КОЛОРИТ КЪМ РЕЦИКЛИРАНЕТО
СЪС "СТЪКЛОТО Е ОТНОВО СТЪКЛО"
"ЯПЪ МАЛЗЕМЕ" - 01.09.2018 Г.
25. ДЕЦАТА ОЦВЕТАВАТ ЗА СТЪКЛОТО
"ДЖУМХУРИЙЕТ" - 05.08.2018 Г.
26. ЕДНО СТЪКЛЕНО ШИШЕ КАРА
ЕДИН КОМПЮТЪР ДА РАБОТИ 25 МИНУТИ
-05.08.2018 Г.
27. ОТКРИ СЕ МАГАЗИН "ПАШАБАХЧЕ"
В ТЪРГОВСКИ ЦЕНТЪР "АГОРА" В АНТАЛИЯ
"ДЮНЯ" - 02.07.2018 Г.
28. ПРЕНЕСЕТЕ ЕСЕННИТЕ БАГРИ
В ДОМА СИ С
МАГАЗИНИ "ПАШАБАХЧЕ"
PEOPLE MAG - 01.09.2018 Г.
29. ПРЕОТКРИЙТЕ СВЕТА С „ПАШАБАХЧЕ“
"АЛЕМ" - 29.08.2018 Г.
30. ПЪСТРОЦВЕТЕН ДОМ С „ПАШАБАХЧЕ“
"АЛЕМ" - 01.08.2018 Г.
31. ШИШЕ, ПРОЕКТИРАНО ОТ „ШИШЕДЖАМ
ДЖАМ АМБАЛАЖ“, ПОЛУЧИ НАГРАДАТА
d'DESIGN GOLD
PAUSE CITYS - 01.08.2018 Г.
32. ВАЗА „ПЕСЕНТА НА ХЕТИТЕ“
ОТ КОЛЕКЦИЯТА „СВЕТОВНОТО НАСЛЕДСТВО В
СТЪКЛО“
PEOPLE MAG - 01.08.2018 Г.
33. ГОТВЕТЕ БЕЗ МАЗНИНИ, ПОЧИСТВАЙТЕ ЛЕСНО
"АННЕ БЕБЕК" - 01.07.2018 Г.



ПОЛИТИКАТА НА „ШИШЕДЖАМ“ ЗА ЗДРАВΟΣЛОВНИ И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД

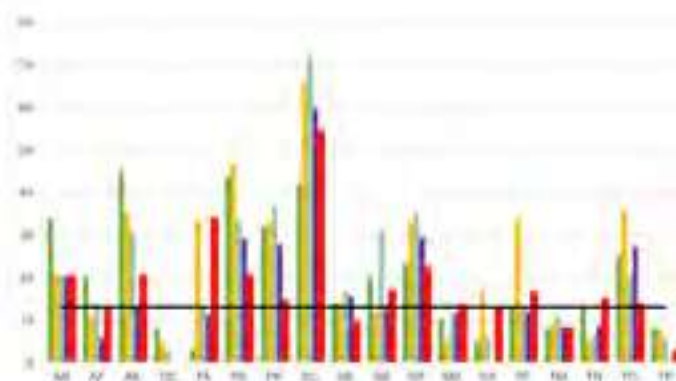
Целим да извършваме производствените си дейности във всичките им етапи в здравословна и безопасна среда на труд. За тази цел, в израз на отговорността ни към постигането на здрави личности и работна сила, приемаме, декларираме и се ангажираме да следваме следните принципи:

- Да бъдат определени, прилагани и изисквани необходимите мерки за предотвратяване на трудовите злополуки и професионалните заболявания;
- Осигурявайки участието на служителите, да се направи оценка на риска и да се достигне до нивото на приемлив риск;
- Да се използват надеждно оборудване и подходящи технологии в името на здравословна и безопасна работна среда.
- Осигуряване на участието на всяко ниво в организацията и на сътрудниците ни в дейностите

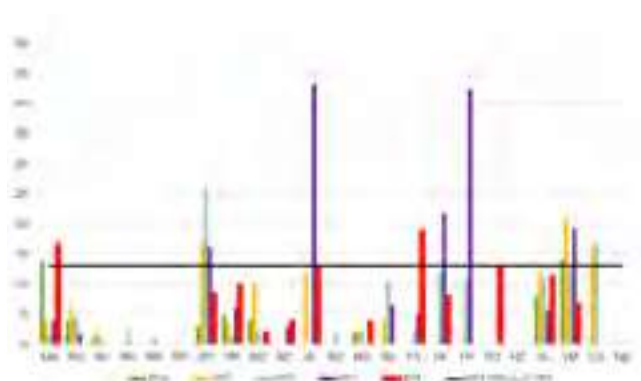
за подобряване на практиките за здраве и безопасност на труда;

- Да се създаде култура за здраве и безопасност на труда и тя да се превърне в начин на живот. В това направление:

- Да отговаряме на установените със закон задължения, съответните стандарти и условия относно здраве и безопасност на труда;
- С проактивен подход към здравето и безопасността на труда, непрекъснато да подобряваме процесите си и да увеличаваме производителността си;
- Да продължим, като непрекъснато развиваме обученията си към служителите си и служителите на фирмите подизпълнители/доставчици, посетителите и стажантите с цел приемане и разбиране на принципите ни за здраве и безопасност на труда.

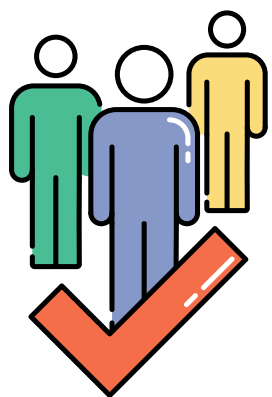


Честота на злополуките през периода януари – юни 2018 г. във фабриките в страната на Общността на „Шиседжам“



Честота на злополуките през периода януари – юни 2018 г. във фабриките извън страната на Общността на „Шиседжам“

ДЕЙНОСТИ ПО КОЛЕКТИВНИ ТРУДОВИ ДОГОВОРИ



ДЕЙНОСТИТЕ ПО
КОЛЕКТИВНИ
ТРУДОВИ ДОГОВОРИ,
ОСЪЩЕСТВЕНИ ПРЕЗ
МЕСЕЦИТЕ ЮЛИ
АВГУСТ – СЕПТЕМВРИ
2018 Г.

ПРОЦЕСЪТ ЗА КОЛЕКТИВЕН ТРУДОВ ДОГОВОР В „ДЖАМИШ АМБАЛАЖ САН. А.Ш.“ ПРИКЛЮЧИ СЪС СПОРАЗУМЕНИЕ

Преговорите за 15. период за преговорите за Колективен трудов договор, които започнаха със събрание, проведено на 18.01.2018 г. със Синдиката „Селюлоз-Иш“, приключиха на 09.07.2018 г. със споразумение. Колективният трудов договор ще остане в сила между 01.01.2018 г. - 31.12.2019 г. в продължение на 2 години.

КАКВО ПРЕДСТАВЛЯВА

ИМУННАТА СИСТЕМА

И КАК МОЖЕ ДА СЕ ПОДСИЛИ?

ИЗГОТВИЛ:

Д-Р ФАТИХ ХАМШИОГЛУ

Съветник по трудови и професионални заболявания към Дирекцията „Индуриални взаимоотношения“ на Общността

ИМУННАТА СИСТЕМА Е ЕСТЕСТВЕНИЙ ЗАЩИТНИК НА ТЯЛОТО СРЕЩУ ИНФЕКЦИИТЕ И БОЛЕСТИТЕ, ПРИЧИНЕНИ ОТ ВИРУСИ И ВРЕДНИ БАКТЕРИИ. ЗА ДА БЪДЕМ ЗДРАВИ, ТЯЛОТО НИ ТРЯБВА ДА ПРИТЕЖАВА СИЛНА ИМУННА СИСТЕМА.

Всеки жив организъм притежава системи за самозащита към всички живи или неживи вещества, които не са негова част или са негова част, но са с разрушена структура. Иммунната система е сложна система, която разпознава живите и неживи компоненти (вируси, бактерии, гъбички, тежки метали, химикали, прах и др.), навлезли в тялото или създадени в самото тяло (рак, алергии и др.) или ги унищожава или превръща в безопасни форми за да осигури продължителността на живота. Докато защитния механизъм, който получаваме по рождение и са осъществява чрез някои клетки и вещества в кръвта, се нарича „естествен имунитет“, защитата, която се създава по-късно, след прекарване на болест или поставяне на ваксина, се нарича „придобит имунитет“.

ПРИЧИНИ, КОИТО ОТСЛАБВАТ ИМУННАТА СИСТЕМА

Отслабването на имунната система улеснява получаването на заболявания и ускорява процесите на стареене и изхвърляне на тялото. Индивидуалните навици играят важна роля в това, дали имунната система ще бъде силна или слаба. Причини като замърсяването на въздуха, небалансираното и лошо хранене, интензивният стрес, сезонните промени, неспазването на общите хигиенни навици, наднорменото тегло и некачественият сън отслабват имунната система.

ЗА ДА СЕ ПОДСИЛИ ИМУННАТА СИСТЕМА:

- Да се избягва еднотипното хранене.
- Да се консумира достатъчно количество прясно мляко, яйца, риба, червено месо, зеленчуци и плодове с които да се осигурят витамини (А, В12, С, В6, Е, фолиева киселина) и минерали (цинк, желязо), които увеличават издръжливостта на тялото.
- Когато тялото ни образува веществата, които са му необходими, се получават и отпадъчни вещества. За да може тези отпадъчни вещества бързо да се изхвърлят от тялото, трябва да се приема достатъчно количество вода около 2,5 литра на ден.
- За един здравословен сън, трябва да се спи в тиха и тъмна среда, средно около 6-7 часа на ден и да се осигури достатъчна почивка.
- Категорично трябва да се избягват тежките диети.
- Правенето на физически упражнения увеличава нивото на кислород в кръвта и намалява стреса, в резултат на което се увеличава издръжливостта на организма. С практикуването на упражнения, съответстващи на възрастта трябва да се ускори изхвърлянето на натрупаните в организма токсини.
- Трябва да се подлага на дневна светлина, без да се прекалява за да се осигури синтезирането на витамин D.
- Трябва да се прекарва време сред природата.
- През почивките трябва да се избират места с обилен кислород, много почвени повърхности и с малко електро-магнетично въздействие и да се подкрепи тялото да достигне състоянието на оптимална благоразположеност.