

DIMITRIOS NIKOLAIDIS: IL CAVALLO DI BATTAGLIA DELLE IMPRESE BULGARE È IL CAPITALE UMANO

di Emanuela Dakova



Il Dott. Dimitrios Nikolaidis è il Direttore del Dipartimento di Economia nella Facoltà Internazionale dell'Università di Sheffield, City College. Ha ricoperto l'incarico di General Manager del canale nazionale Alpha della televisione greca. Presidente della RTL Media Group, direttore amministrativo della società calcistica Aris. Docente in varie università in Europa e negli Stati Uniti.

Доц. д-р Димитриос Николаидис е ръководител на Икономическия отдел на Международния факултет на Шефилдския университет, Сити. Бил е генерален мениджър на националния гръцки телевизионен канал Алфа. Президент на RTL Media Group, административен директор на футболен клуб Арис. Лектор е в редица университети в Европа и САЩ.

Dott. Nikolaidis, Lei conosce bene la Bulgaria, ha tenuto lezioni in occasione di seminari aziendali ed è stato consulente commerciale di importanti aziende bulgare, secondo Lei quali sono i punti di forza e di debolezza dell'imprenditoria bulgara?

→

ДИМИТРИОС НИКОЛАИДИС:

НАЙ-ГОЛЯМАТА СИЛА НА БЪЛГАРСКИТЕ КОМПАНИИ Е ЧОВЕШКИЯТ КАПИТАЛ

Емануела Дакова

Д-р Николаидис, добре познавате България, бил сте лектор на бизнес семинари и консултант на водещи български компании, според вас кои са силните и слабите страни на българското предприемачество?

- Най-голямата сила на българските компании е човешкият капитал, в лицето на младото поколение, то е добре информирано и добре образовано, има желание за креативност. По време на моите лекции, семинари и участие в проекти съм се срещал с много и различни хора, и мога да кажа, че сегашните и бъдещите мениджъри в България притежават добри качества, за да развият успешно своите компании. Но някои от тях все още не са осъзнали важността на корпоративната среда и значението на служителите за растежа на компанията. Трябва да имаме пълно доверие на новото поколение мениджъри и да им се даде възможност да покажат своите способности. Има много добре образовани служители, готови да допринесат за растежа на компаниите. Ето защо в тях трябва да се осигури среда на развитие и доверие, трябва да се знае, че техните служители са добре обучени, че непрекъснато се развиват и заслужават уважение. Само така компаниите могат да постигнат устойчивост.

→

te, e anche una serie di riforme nell'ambito dell'economia, della governance, della gestione, del quadro giuridico del Paese e anche dell'ambiente aziendale. Il mio Paese deve cambiare il proprio modo di pensare in generale, deve stabilizzare l'imposizione fiscale e costruire un solido sistema giudiziario, assicurando alle imprese un adeguato ambiente lavorativo. Per ora tutto questo manca e le aziende greche stanno cercando altri Paesi per potersi sviluppare. Da questo punto di vista la Bulgaria appare una destinazione attraente per le aziende estere perché offre quello che manca nel Paese vicino – l'ambiente stabile.

Come vede il futuro della Bulgaria?

– La Bulgaria deve decidere quali saranno i suoi pilastri di sviluppo e focalizzarsi su di loro. Personalmente ritengo che, oltre l'agricoltura, le alte tecnologie e l'industria del turismo possano essere dei settori che generano ricchezza e creano maggiore occupazione. Penso che la Bulgaria abbia bisogno di una forte leadership a tutti i livelli, una leadership dotata di visione, di onestà e attenzione per la comunità.

Dice spesso di essere molto contento dei Suoi studenti bulgari, di considerare il nostro paese un paese ricco di professionisti ...

– Come ho detto già io credo nella nuova generazione. Secondo me, però, l'attuale governo del Paese non vuole accettare e favorire lo sviluppo della nuova generazione di manager. Lo Stato deve sfruttare le nuove idee e le proposte innovative dei giovani. Solamente così le imprese potranno crescere e svilupparsi. E siccome ha menzionato gli studenti, vorrei chiarire alcune cose sul ruolo delle università e il loro contributo nella creazione di capacità. Ritengo che una certa filosofia debba essere sviluppata nei futuri professionisti aziendali, una filosofia che si concentra sul rispetto per il cliente, per la comunità e l'ambiente e sulla ricerca dell'eccellenza. Altro elemento di questa filosofia è il desiderio di continuo miglioramento sotto ogni aspetto – miglioramento dei prodotti, miglioramento dei servizi, miglioramento dei processi e, certo, la crescita personale. A proposito delle università, molti degli attuali piani di studio non insegnano in maniera efficace lo sviluppo del marketing e offrono agli studenti dei programmi formativi tradizionali e molto spesso assai datati. È importante elaborare programmi formativi che soddisfino le esigenze attuali e futuri del mercato e preparino gli studenti a essere competitivi anche nel contesto delle sfide attuali. □



Често споменавате, че сте много доволен от Вашите български студенти и смятате, че в страната ни има много професионалисти ...

– Както вече казах, аз вярвам в новото поколение. По мое мнение обаче, сегашното ръководство на страната не желае да приеме и да се улесни развитието на новото поколение мениджъри. Държавното ръководство трябва да се възползва от новите идеи, от иновативните предложения на младите. Само тогава, компаниите могат да имат растеж и развитие. И тъй като споменахте за студенти, бих искал да изясня някои неща за ролята на университетите и техния принос в изграждането на капацитет. Мисля, че определена философия трябва да се развие в бъдещите корпоративни професионалисти, философия, която се фокусира върху зачитане на клиента, зачитане на обществото и на околната среда, търсене на високи постижения. Друг елемент в тази философия е стремежът към постоянно подобряване във всеки един аспект - подобряване на продуктите, подобряване на услугите, подобряване на процесите, и разбира се, самоусъвършенстване. Що се отнася до университетите, много от сегашните академични програми не преподават ефективно маркетинговото развитие и предоставят на студентите традиционни и много често остарели образователни програми. Важно е да се изработят образователни програми, отговарящи на настоящите и бъдещите нужди на пазара, които да подготвят студентите да бъдат по-конкурентоспособни в условията на съвременните предизвикателства. □