



БКДМП

Браншова камара на дървообработващата
и мебелната промишленост

Екипът ни е като едно семейство – голямо, шумно, лоялно

Диана Харлова, която в момента е оперативен директор, работи в компанията от 2004 г., като преминава през различни позиции: директор външен пазар, мениджър бизнес развитие. Определя себе си като вдъхновен човек, който обича предизвикателствата и риска, търсещ истинските неща във всичко, което прави. Диана има бакалавърска степен по маркетинг от Пловдивския университет. В момента завършва и Executive MBA Finance в City College Sheffield University. От юни 2021 г. е и част от управителния съвет на БКДМП. Също така е член на управителния борд на Европейската асоциация на индустрията за легла и матраци (European Bedding Industries Association).

БКДМП е организация с над 30 г. история, кога станяхте член в Камарата?

Членството ни датира от 2010 год., но в последните години сме в изключително активни контакти с Камарата и виждаме невероятни ползи от едно такова сътрудничество. Считаю, че това важи двупосочно. В началото на 2021 г. получих покана да се присъединя към Управителния съвет от страна на проф. Васил Живков. Висока оценка към компанията и за мен лично относно опита ми в международни пазари, както и членството ми в борда на EBIA, от където можем и взаимстваме добри практики.

Какво се случи за този период от време на развитие в компанията?

ТЕД БЕД неведнъж е отличаваана за най-динамична и бързо развиваща се компания за региона, безпорен европейски лидер в областта на матраци, легла и продукти за сън. Ако в първите години на бурното си развитие бяхме насочени към продуктите и ръстове на приходи, то в последните 7-8 години освен че повишихме качеството и технологиите, но и обърнахме сериозно внимание на изграждане и развитие на фирмената култура и ценности. Изградихме стабилна структура, възпитахме навици и разбиране за качество на процесите сред целия ни екип и смело мога да твърдя, че развихме професионализма си до изключително високо ниво. Хората от бизнеса знаят, че това е процес, който изисква много усилия и постоянство, докато се постигне синхрон и стремеж към постоянно усъвършенстване. Днес развиваме бранда на световната сцена, като марката ТЕД се асоциира не само с високото качество на всеки един продукт, но и със здравословен сън, оттам качествен и пълноценен живот.

Кои са ключови за бранша моменти, на които сте свидетел и няма да забравите?

Кариерата ми в ТЕД започна през 2004 г., като динамиката през годините е изключителна. Помня първите ни изяви в международните изложения Interzum (2005 г.) и IMM (2007 г.). Появихме се като никому непозната марка и производител от Източна Европа. Екипът ни беше млад и амбициозен, гордеехме се с продуктите и производството си и това ни даваше самочувствие да застанем до компании с над 100-годишна история в бранша. Показахме иновативност и веднага бяхме забелязани от бранша, а и копирани 😊. Няма да забравя кризата 2008 г. и нашия прочит на случващото се. Тотално окуражени бяхме да завладяваме пазари, вместо да свиваме, разгърнахме потенциала и отворихме нови канали за продажба точно в онзи труден момент. Друг ключов момент бе КОВИД кризата, защото ни се наложи да прекроим всички средносрочни планове и да се адаптираме спрямо ситуацията, която се разви благоприятно за компаниите, предлагащи продукти за сън – хората започнаха да обръщат внимание на дома си и искаха да си осигурят комфорт.

Имате ли служители с дълъг стаж, които са ви останали лоялни през годините? Как постигнахте тези отношения с екипа във време, когато хората сменят непрестанно месторабота и дори се заговори за дигитални номади?

Имаме служители с над 25 години стаж при нас и те не са един или двама. Най-голямото ни богатство, най-важният ни актив са хората – това е твърдението, за което стоим твърдо от самото начало. На какво

1303 София, бул. Тодор Александров 73, ет. 6, офис 5

Тел: +359 2 963 42 99

E-mail: v.kostova@timberchamber.com; www.timberchamber.com



БКДМП

Браншова камара на дървообработващата
и мебелната промишленост

се дължи? На отношението, защото нашите служители са сърцето на ТЕД. Ние сме семейна фирма, не само защото е собственост на едно семейство, но и защото ядрото на екипа ни е като едно семейство – голямо, шумно, лоялно. Сигурността, която даваме на служителите си през всичките тези години, е високо ценена от всички тях.

Постоянната ни грижа за добрите условия на труд, за развитието на служителите и тяхното благосъстояние са точно с тази цел – екипът ни да се чувства добре, спокоен и горд, че е част от ТЕД. Фирмените събития за сплотяване и отмора са любими на всички, а от тази година Академия ТЕД дава възможност на всеки желаещ да се изяви или пък да чуе нещо ново и интересно.

Браншът в последните години не е атрактивен за младите хора. На какво се дължи това и как може да се преодолее този проблем?

За жалост това до известна степен е така. Роля за случващото се имат както бизнеса, така и образованието. Именно затова ръка за ръка се опитваме да го променим, работим по проекти, свързани с дуално обучение, сътрудничим си с образователни институции и младежки организации – нужно да се популяризират професиите, свързани с матрачно и мебелно производство. Множество от тях не могат да бъдат заменени с автоматизирано и роботизирано оборудване, така че това са професии – „занаяти“, които ще съществуват години напред.

Как се подготвят кадри за мебелното производство и кога трябва да започне това?

Подготовката е добре да стартира с едно ранно кариерно ориентиране на учениците още в 5-6 клас, така че да направят правилния избор в точния момент. Разбира се, може да се случи и на по-късен етап. Преди години имахме невероятната възможност да проучим добрия пример за дуално обучение в Швейцария по проект Домино. На място видяхме бизнеса и образованието в много добра хармония. Служителите бяха удовлетворени, преминалия през пътя на обучение, така че да имат сигурност в кариерата си благодарение точно на образованието и съответно обучени да извършат качествено работата си.

Какви са най-големите трудности, с които БКДМП, а и индустрията трябва да се справи в спешен порядък?

Кадрите са единият наболял въпрос, но другият също толкова значителен казус е този с дървесината. За жалост усилията ни в БКДМП все още не са увенчани с успех. Никоя институция не се ангажира с конкретно разрешение на този важен казус за цената на дървесината, която втора година влияе изключително негативно на българските мебелни производители. Загубваме конкурентноспособността си в Европа и то точно в момент, в който можехме да изпъкнем като правилната дестинация – качество и ценово предимство.

Кои са постиженията, с които можем да се гордеем в дървообработващата и мебелна индустрия?

Постиганията ни се дължат изцяло на амбициозния дух на българските производители, тяхната иновативност и желание за развитие. Фактът, че продукцията ни достига не само до европейски пазари, но и далечни пазари като САЩ и Азия е показателен за това, че трябва да се гордеем. Автоматизацията на редица от големите производители е друг бесспорен факт, който показва напредъка на индустрията и стремеж към подобрения. Този бранш дава препитание на над 55 000 семейства в България и с правилните действия в средносрочен план считам, че цифрата може дори да се удвои. Нужно е само да бъде съхранен предприемаческия дух и разбира се в национален мащаб да не срещаме затруднения от страната на държавни органи, а напротив да се съзре важността на сектора и потенциала за развитие.

Погрешно е схващането, че да работиш във фабрика е мръсна и тежка работа

1303 София, бул. Тодор Александров 73, ет. 6, офис 5

Тел: +359 2 963 42 99

E-mail: v.kostova@timberchamber.com; www.timberchamber.com



БКДМП

Браншова камара на дървообработващата
и мебелната промишленост

Марта Джамбазова, директор „Човешки ресурси“, ТЕД БЕД е трето поколение в семейния бизнес, с висше образование икономика (бакалавър), мениджмънт (магистър), и двете в Durham University, и специализация по човешки ресурси към CIPD.

Повече от 10 години работи в семейните фирми, като е преминала през различни сфери – продажби, покупки, маркетинг. Призванието си намира в човешките ресурси, където ежедневно изследва човешките взаимоотношения, мотиватори и разбирания. Вижда себе си като упорита и организирана, с позитивна нагласа към света.

Как започна Вашият път в професията и в бизнеса?

Работата си в семейния бизнес започнах под формата на летни стажове по време на ваканциите от университета. Учих икономика във Великобритания и бях нетърпелива да прилагам наученото в работата си. Първият ми стаж беше и първи сблъсък с пазара в бранша – работех в един от фирмените ни магазини, а на следващата година се потопих в маркетингови дейности. Работата ми беше интересна и по време на финалната си бакалавърска година запазих няколко задачи, които изпълнявах дистанционно.

След като завърших, започнах работа в ТЕД Керамика, като там имах възможността да премина през всички звена и да се запозная в подробности с всички процеси. Работата си съчетавах и с магистърска степен по мениджмънт, отново във Великобритания. Дипломната ми работа беше фокусирана върху организационната култура в ТЕД БЕД и това беше естествения преход - завръщане в света на матраците. Проучването, което направих, беше в сферата на човешките ресурси и се оказа решаващо за ролята ми в семейния бизнес през последните 5 години.

Браншовете дървообработване и мебелна промишленост са традиционни за България, но напоследък не са популярни сред младите хора. Вие защо избрахте да се развивате точно в тази индустрия?

Израстването заедно със семейната фирма несъмнено оказва значение върху избора ми. Още от училищните си години знаех, че искам да работя в тази индустрия. Единствено не знаех в какво направление ще бъде изборът ми на професия. Всъщност решението да се насоча към човешките ресурси е резултат на опита, който натрупах преди това, интересът ми към взаимоотношенията между хората и опитването на различни дейности, докато усетих кликването на правилното място.

Имаха ли влияние върху избора Ви вашите родители?

Разбира се, че да! Когато цялото семейство работи заедно, разговорите у дома винаги включват теми от бизнеса, а това оформя съзнанието на младите хора. И все пак влиянието им никога не е било директно – в никой момент не е било задължително да се насоча в определена посока, не е имало натиск да работя в ТЕД. Дори ме съветваха, ако искам да поработя другаде, преди да взема финално решение.

Какви са първите спомени от досега с бизнеса и производството, на колко години бяхте когато стъпихте за първи път във фабрика?

На колко точно години не мога да кажа, но съм била в началните класове в училище, когато ходех в първата ни фабрика на улица „Ландос“. Спомням си редица след редица подредени изправени матраци – още преди да има стелажи, на които да се подреждат. Помня, че бях изумена от количеството матраци, сбрани на едно място и се опитвах да ги преброя всичките.

Трудно ли е да си втора генерация в бизнеса и какви са предизвикателствата?

Всъщност аз съм трето поколение в бизнеса. Не бих използвала думата „трудно“, по-скоро предизвикателно. Предизвикателство е да се учиш от най-близките си, да се стремиш да достигнеш техния професионализъм и да отговориш на (скритите) очаквания. Може би най-голямото предизвикателство е промяната във възприятието между поколенията. Всеки млад човек, започвайки работа за първи път, е като детето в офиса, това не е по-различно и в семейния бизнес. Разликата е, че

1303 София, бул. Тодор Александров 73, ет. 6, офис 5

Тел: +359 2 963 42 99

E-mail: v.kostova@timberchamber.com; www.timberchamber.com



БКДМП

Браншова камара на дървообработващата
и мебелната промишленост

когато някой те познава цял живот, е необходимо време, за да свикне с новия ти образ. За мен тази динамика е изключително интересна, тъй като всъщност промяната в тези възприятия е доказателството, че това което правя, оправдава очакванията, че съм доказала знанията и уменията си като професионалист.

Какви уроци научихте от родителите си, които няма да забравите и спазвате?

Уважението към хората и човешкото отношение са изключително важни.

Имаше ли неща в управлението на бизнеса, които се опитахте да промените?

В процеса на работа през годините са изниквали различни казуси, които сме коментирали и разрешавали заедно, а това променя (подобрява) цялостната работата на бизнеса.

Защо младите хора избягват да работят в сектора и защо им се струва непривлекателен за развитие?

Как трябва да се промени това според вас?

Новите технологии, множеството фирми в сферата на услугите, модерните офиси с отворено пространство... това е модерно в момента, това се вижда във всеки филм като престижно, интересно и привлекателно място. Има едно криворазбрано вярване, че да работиш във фабрика е мръсна и тежка работа, не се приема за престижно, не е достойно за снимки в социалните мрежи. Но това е повърхността на проблема. Липсата на ранно кариерно ориентиране и липсата на връзка между учебните заведения и живия бизнес стоят в основата на слабия интерес сред младите хора. И това е посоката, в която трябва да работим всички ние – срещи с деца, отворени врати във фабриките, събития за родители и деца, с които да променим нагласите, да покажем, че да бъдеш тапицер също е престижно, че можеш да се развиваш и да станеш най-добър в професията си, без значение каква е тя.

1303 София, бул. Тодор Александров 73, ет. 6, офис 5

Тел: +359 2 963 42 99

E-mail: v.kostova@timberchamber.com; www.timberchamber.com