Неограничен мобилен Интернет и свободни разговори

VIVACOM Net&Call Super Max

Nokia N8

Смартфонът с най-добра камера

- 12 MP камера
- HD видео
- Carl Zeiss оптика

14.90 лв./мес.

NOKIA
Connecting People

Месечно 3600 минути в мобилната мрежа на VIVACOM и 90 минути към други мобилни оператори. След изчерпване на първите 5000 MB, скоростта на пренос на данни е ограничена на 128 Kbps. Цената на Nokia N8 е валидна при равни месечни вноски за срок от 24 месеца за лоялни клиенти на VIVACOM с договор от поне 6 месеца, при сключване на нов 2-год. договор с нов номер с план Net&Call Super Max и важи до изчерпване на количествата. Nokia N8, 24 месеца x 14.90 лв. = 357.60 лв., ГПР 8%. Лихвеният процент е фиксиран. Цена при заплащане в брой, необвързана с договора 819.90 лв. Цените са с ДДС. Възможни са ограничения. Повече информация на www.vivacom.bg

VIVACOM
Всичко, което ни свързва

www.vivacom.bg

бр.8 / 2011

НОВАТА Икономика

брой 8 / декември 2011 г./ цена 5 лв.

Мистър Икономика 2011

ISSN 1314-376X

VIVACOM

Всичко, което ни свързва

BRAND PR

PR • РЕКЛАМА • КОНСУЛТАНТСКА ДЕЙНОСТ

Истинската връзка!

www.brandpr.bg

редакционен екип

Списание „Икономика”
София 1124,
ул. „Мизия” 23
Телефон: (02) 81 82 368
Факс: (02) 81 82 355
e-mail: info@neweconomy.bg

ИЗДАТЕЛ
„СТАНДАРТ ФИНАНС” АД

ГЛАВЕН РЕДАКТОР
НЕВЕНА МИРЧЕВА

СЪВЕТ НА ДИРЕКТОРИТЕ
Славка Бозукова - председател
Боян Томов
Невена Мирчева

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР
Боян Томов

ФИНАНСОВ ДИРЕКТОР
Жечка Гълъбова

ГЛАВЕН КОНСУЛТАНТ
Александра Цветкова

ДИРЕКТОР РЕКЛАМА
Даниела Николова

РЕДАКТОРИ
Антон Андонов
Петя Стоянова
Татяна Явашева

ДИЗАЙН
Едуард Лилов
Антон Ковачев

ФОТОГРАФ
Виктор Леви

ПЕЧАТ
Алианс принт

РАЗПРОСТРАНЕНИЕ
„Стандарт нюз” АД

Темата

9 - Всички обичат ИЗНОСА
19 - Образованието - ключът към модерната икономика

Конкурс

22 - Бляскавото завръщане на Мистър Икономика 2011

Бюджет

34 - Пенсионни (от)стъпки

Пазар

36 - Отложен Рестарт

Прогнози

38 - Апокалипсис сега???

Пари

40 - Еврольв

Бизнес & Инвестиции

44 - В клуба на бизнес ангелите

Лица

50 - Новите европейци

Портрети

55 - Сеньор Недостъпен спасява еврото

Държава & Бизнес

59 - Рискови модели
62 - Иновации сега

Икономика & Инвестиции

63 - Ренесансът на машините

Монополи

67 - Шифърът на Топлофикация

Бизнес & Развитие

70 - Честна одиторска

Досие

72 - Guns n'Roses

Техно

74 - Хард диск в небето
76 - Четири в едно – бъдещето на телекомуникациите

Маркетинг

78 - Бизнесът „Дядо Коледа”

Империи

83 - Диаманти завинаги

Тенденции

87 - Интернет - болестта, без която не можем
89 - 7 милиарда и само една планета

Арт & Бизнес

93 - Изгубени ноти

Лица от сцената

99 - Въргала: Всеки си носи и героя, и негодника! Предпочитам да съм героят

Медии

104 - Бойко Василев: Губим каузи, когато воюваме помежду си

Зад обектива

105 - Кевин Естрада – човекът, превърнал Кобейн в Христос

Лица от подиума

108 - Светът в обувките на Маноло Бланик

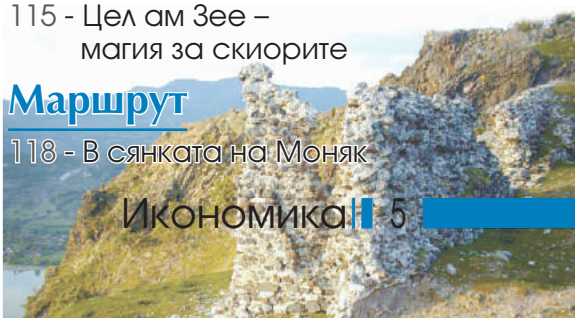
Мода

111 - По канона на празника
114 - Дамският смокинг - само за смелите

Път

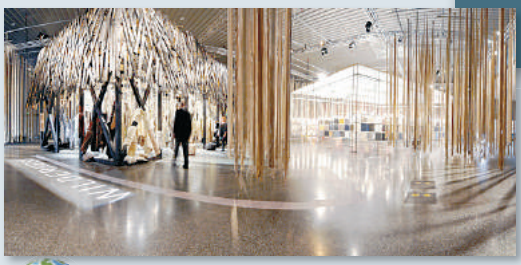
115 - Цел ам Зее – магия за скиорите

Маршрут



118 - В сянката на Моняк

Организирани от Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) участия на български малки и средни предприятия в международни изложения през м. януари 2012 г.



11-14.01.2012 HEIMTEXTIL

Международно изложение за интериорен и домашен текстил, Франкфурт, Германия

Heimtextil е сред най-престижните специализирани международни прояви в областта на интериорния текстил. В изложението по традиция участват всички реномирани производители, дизайнери и търговци в бранша, представят се най-актуалните тенденции и иновации, проследява се развитието на пазара. Heimtextil обхваща цялото многообразие на изделия от текстил и текстилни материали, предназначени за декорация и обзавеждане:

- Домашен текстил за прозорци– завеси, тапети, системи за слънчева защита, стенни облицовки
- Подови настилки и тапицерии
- Кухненски текстил
- Спално бельо и завивки
- Матраци и водни легла
- Текстил и аксесоари за баня

През 2011 г. в 41-то издание на Heimtextil са участвали около 2600 изложители от 60 страни от целия свят. Посетителите са били над 73 000 души от 136 страни, като сред тях са най-добрите специалисти в областта на интериорния текстил, представители на хотелиерския бранш, водещи търговски вериги и дистрибутори.

16-22.01.2012 IMM

Международно изложение за мебелна промишленост, Кьолн, Германия

IMM – Кьолн е сред водещите международни изложения в областта на мебелното производство и обзавеждането. Освен мебели, то предлага възможност за представяне на цялата продуктова гама, свързана с осветлението, интериорния текстил, подовите настилки, обзавеждането за бани и санитарни помещения. В IMM участват водещи световни производители, специалисти и търговци, представят се най-новите дизайнерски решения в обзавеждането, както и актуалните тенденции в мебелната индустрия. Статистиката сочи, че на последното издание на IMM през 2010 г. са участвали 1053 компании от 51 държави, а посетителите са били над 100 000 от 121 държави.

В рамките на изложението са предвидени няколко секции:

- Обзавеждане за дома (дневни, спални, детски)
- Офис обзавеждане
- Интериорен и мебелен дизайн
- Класически мебели
- Авангардни мебели
- Домашен текстил

29.01 – 01.02.2012 - ISM

Международно изложение за захарни и сладкарски изделия, Кьолн, Германия

Международното изложение за сладкарски и захарни изделия ISM е едно от най-големите в света и е със силно изразено международно участие. Провежда се всяка година и е специализирано в областта на сладкарските и захарните изделия. На него могат да се забележат най-новите продукти и тенденции в производството в сектора и да се придобие цялостна представа за състоянието на тази индустрия в глобален мащаб. Успехът на ISM се дължи и на професионалната организация - изложението събира голямо разнообразие от готови продукти и е предназначено за търговци и купувачи на едро.

ВАЖНО!

Финансовото подпомагане за участие в изложенията се извършва с европейски пари по проект „Насърчаване на интернационализацията на българските предприятия", по който ИАНМСП е институционален бенефициент.

VERTIGO

BUSINESS TOWER

RAISING THE STANDARDS OF SOUTH SOFIA'S OFFICE MARKET

BULGARIA BLVD. | A-CLASS OFFICE SPACE | CONTEMPORARY ITALIAN DESIGN

- 18 300 sqm of flexible office and retail space meeting the highest European standards
- 4-pipe centralized system for heating, cooling and ventilation
- 350 secure car parking spaces
- Excellent views towards the city and mountains
- First-class restaurants plus a café with an English courtyard
- Over 6 000 sqm of surrounding green landscaped areas
- Easily accessible location near the junction of Bulgaria Blvd. and the Sofia Ring Road
- 10 minutes to the city center
- 20 minutes to Sofia International Airport and the Trakiya Highway
- Easy access by public transport

FORTON Commercial Property Advisers

WWW.VERTIGOBG.COM TEL 02/ 805 90 90

Юбилей с Банка ДСК

На 16 ноември президентът Георги Първанов връчи Почетния знак на държавния глава по повод 60 години от създаването на Банка ДСК. Високото отличие получиха Виолина Маринова, главен изпълнителен директор на банката, и д-р Шандор Чани, председател на Надзорния съвет и главен изпълнителен директор на ОТП Банк. Създадена като влогонабирателна институция през 1951 г., днес ДСК е модерна банка, разполага с най-голямата клонова мрежа и има над 3 милиона клиенти.

Главният изп. директор на банката Виолина Маринова получава поздравления от председателя на Надзорния съвет Шандор Чаши

Подуправителят на БНБ Димитър Костов награждава децата, участвали в конкурса

Българският символ върху еврото

В рамките на изложбата „Еврото" на Европейската централна банка, на която БНБ е домакин, в състезание на тема „Моята идея за български символ на европейските пари" свои рисунки изпратиха 874 деца. С есета участваха 109 младежи и възрастни, които споделиха своето виждане за културни, исторически и други значими българският символи. И в двата конкурса най-често срещаните идеи са роза, житен клас, лъв, паметникът на връх Шипка и кирилицата, а характерни за есетата са предложенията кирилицата и Кирил и Методий да бъдат българския символ върху еврото. Сред най-екзотичните предложения са шарена българска черга, мартеница, Христо Стоичков, Орфей и пейзаж от българско село, включващ типична българска къща и до нея ветрогенератор. До края на януари творбите ще бъдат изложени в Музейната сбирка на БНБ.

Отличие за УниКредит

УниКредит Булбанк получи приза „Банка на годината 2011" в България от международното списание The Banker, част от групата на Financial Times. Най-престижната награда в банковия сектор беше връчена на главния изпълнителен директор на УниКредит Булбанк Левон Хампарцумян и главния оперативен директор на банката Андреа Казини на официална церемония в Лондон. Ежегодните награди на The Banker са кулминацията на различните класации през годината по страни, като те са известни във финансовите среди и като „банковите Оскари".

Шефовете на банката Левон Хампарцумян и Андреа Казини (двамата в средата) получават приза

Управителят на ЕВРОБЕТ Олга Тодорова имаше главната роля в празничната „Вечер на изкуствата"

Пет години игри на късмета

За 5 години участниците в игрите на късмета, организирани от ЕВРОБЕТ, са спечелили 190 млн. лв. Не по-малки късметлии от тях обаче бяха всички, които присъстваха на пищното парти, с което компанията отбеляза своя пети рожден ден.

За доброто настроение на гостите се грижиха Христо Гърбов и Руслан Мъйнов, а сред най-активните на сцената в Централния военен клуб бе и Олга Тодорова, управител на ЕВРОБЕТ. Празникът беше организиран като „Вечер на изкуствата" и това бе в духа на традицията още от самото си създаване играта на късмета да подкрепят българската култура.

© АНТОН КОВАЧЕВ

Фирмите продават в чужбина наши традиционни експортни стоки, но освен суровини на външните пазари все повече ще се търсят високотехнологични продукти

Всички обичат ИЗНОСА

ТАТЯНА ЯВАШЕВА
ПЕТЯ СТОЯНОВА

За да изнасяш, трябва да произвеждаш, или да препродаваш. Какво изнасяме без промишленост и селско стопанство?

(Коментар на блогър)

Износът ще спаси българската икономика – е новата мантра в условията на криза, когато кранчето на чуждестранните инвестиции почти пресъхна. Сега бизнесът констатира, че вътрешният пазар е прекалено свит и още по-свит става. Затова фирмите гледат с надежда навън и търсят клиенти. Продава се всичко, което може да бъде продадено. Дори консултантски компании, които бяха убедени, че са осъдени да работят на малкия вътрешен пазар, пред перспективата да фалират, избраха глобалните пазари и там намериха своето ново амплоа.

Тренд

Растежът на износа се забавя през третото тримесечие. Годишният ръст достига 32%, но се отбелязва намаление в сравнение с първото и второто тримесечие на 2011 г., когато темповете бяха съответно - 57,5% и 41,1%. До края на септември е изнесена продукция за 29,03 млрд. лв. или с 31% повече в сравнение със същия период на миналата година, пресметнаха в Националния статистически институт. До началото на октомври вносът е за 30,563 млрд. лв., с годишен ръст от 20,5%. Увеличението се дължи на регистрираното оживление през втората половина на миналата година и по-високата база, с която се сравняват тазгодишните данни. Търговският баланс за деветмесечието показва дефицит от 1,52 млрд. лв., който е с 54% по-малък, отколкото през същия период на 2010 г. Въпреки че нарастването на вноса се забавя, все пак то е по-голямо, отколкото при експорта.

Износът бе наречен двигател на икономиката, защото благодарение на него се създава заетост, вместо да се правят съкращения, компаниите произвеждат и продават и това тегли брутния вътрешен продукт нагоре. Сега на всеки, който изнася, се гледа с добро око. Кризата

натиска цените надолу и родните производители трябва да са в крак с тази тенденция. А това не е никак лесно, когато дори на вътрешния пазар се конкурират с предложенията на чуждестранни компании с далеч по-добра технологична мощ и квалификация на кадрите.

Но защо изобщо се поставя героичен ореол на износа, като в годините на социализма повечето браншове изнасяха в пъти повече?

Без преки чуждестранни инвестиции

Растежът при износа започна преди повече от година и базата за сравнение вече е по-висока, но факторът външни инвестиции не подкрепя експорта както преди кризата. Въпреки започналия спад на поръчките от чужбина нетният износ засега продължава да е в подем, поддържан от растящите цени на металите и енергийните ресурси.

Пазарите не търпят празни пространства и шансът на българските компании е да влязат на мястото на онези, които по-една или друга причина отпадат от играта. Друга възможност за нашите предприемачи е да хващат вълната на растеж на западните икономики, но така стават твърде зависими от настроенията на пазарите. Нашите износители осезаемо усещат колебанията на пазарите, тъй като над 60% от българския експорт е за страните от Евросъюза (С най-голям дял са Германия - 12.1%, Италия - 10,4%, Румъния - 9.1%, Гърция - 8,3%). Те се чувстват заложници на външното възстановяване и търсене. Нестабилността в еврозоната налага на компаниите да гледат към хоризонти отвъд Стария континент.

Накъде в продажбите

Производствените предприятия, които разчитат на външните пазари, отбелязват растеж в продажбите, но темпът им значително се забавя. В отчетите на публичните компании за деветмесечието се очертава и тенденция към намаляване на печалбите. Ръст на оборотите има при фирми от фармацевтичния сектор, машиностроенето, електротехниката, металургията и селското стопанство. Увеличението на експорта в тези сектори обаче може скоро да приключи, предупреждават анализатори. Повечето компании имат значително по-ниска рентабилност и свити маржове на печалба.

Стоковата структура на търговията се запазва и няма причини да се очаква някаква значителна промяна извън въздействието на международните цени. Те са в основата на по-високо от средното нарастване на износа на суровини, като при цветните метали и енергийните ресурси увеличението е съответно с 50% и 40% на годишна база. С малко по-бърз темп расте износът на инвестиционни стоки. При тях няма движение в цените, затова може да се смята, че българските машиностроителни фирми се справят добре. Най-бавно расте експортът на потребителски стоки. Евентуално свиване на потреблението в ЕС ще се отрази върху търсенето на дрехи, обувки и мебели.

През периода януари - септември 2011 г. износът на България за трети страни се е увеличил с 30,4% спрямо съответния период на миналата година и вече е над 11,1 млрд. лв. Основните ни търговски партньори са Турция, Русия, Сърбия, Македония, Украйна, Китай и САЩ, които формират 53,5% от експорта. Значително нарастват обемите към ЮАР, Канада, Индия и Украйна. Спад има в търговията със Сингапур, Сирия, Перу и Виетнам.

Ако внимателно се вгледаме в данните на НСИ, няма как да не забележим, че основна част от нашия

Месец /година	Изменение през 2011 г. спрямо съответния месец на предходната година	Размер на износа FOB в млн. лв. за съответния месец на					
		2011	2010	2009	2008	2007	2006
януари	74%	3 109	1 786	1 592	2 179	1 700	1 602
февруари	49%	2 914	1 953	1 762	2 376	1 772	1 716
март	51%	3 319	2 195	1 845	2 590	2 200	1 910
април	37%	3 140	2 297	1 629	2 684	2 034	1 946
май	37%	3 247	2 370	1 772	2 589	2 177	1 925
юни	13%	3 122	2 764	1 955	2 735	2 327	2 102
юли	20%	3 602	2 989	2 013	2 981	2 430	2 099
август	15%	3 270	2 842	1 920	2 580	2 241	2 101
септември	18%	3 313	2 806	2 043	2 570	2 346	2 055
октомври			2 857	2 345	2 528	2 552	2 078
ноември			2 849	2 125	2 097	2 480	2 051
декември			2 729	1 881	1 829	2 170	1 910
Общо		**29 036**	**30 435**	**22 882**	**29 736**	**26 427**	**23 493**

Източник: НСИ

Месец /година	Търговско салдо в млн. лв. (FOB/FOB)					
	2011	2010	2009	2008	2007	2006
януари	142	-377	-654	-1 192	-1 136	-678
февруари	-73	-242	-674	-1 158	-916	-551
март	-91	-643	-932	-1 112	-1 010	-835
април	-396	-682	-922	-1 493	-982	-665
май	-428	-693	-859	-1 572	-1 130	-893
юни	-408	-341	-678	-1 781	-1 053	-671
юли	84	-130	-627	-1 469	-1 178	-881
август	37	-29	-503	-1 097	-1 153	-1 005
септември	-362	-236	-544	-1 364	-1 183	-794
октомври		-416	-535	-1 863	-1 388	-1 140
ноември		-886	-491	-1 462	-1 566	-1 102
декември		-731	-743	-1 254	-1 580	-1 494
Общо	-1 495	-5 405	-8 163	-16 815	-14 275	-10 709

Източник: НСИ

експорт се пада на електроенергия, на суровини и стоки с ниска степен на преработка и с ниска добавена стойност, а също на изделия, които първи усещат свиването на потреблението на външните пазари.

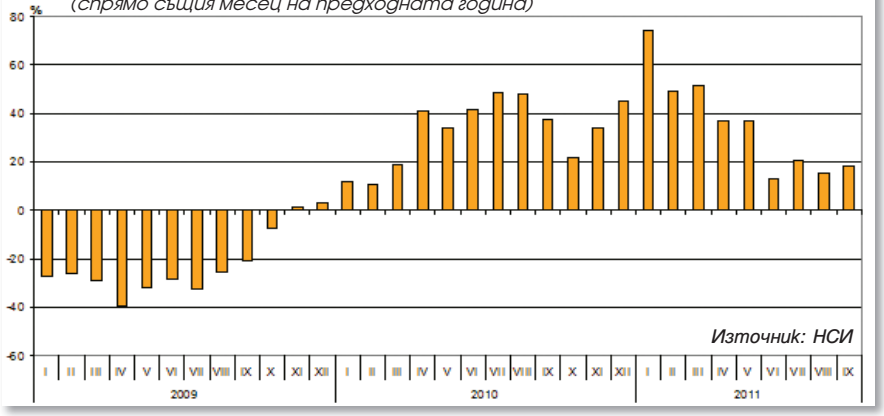
Посока

В доклад на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма още миналото лято беше обявено, че за възстановяване на стопанството е необходим нов модел, който да осигури дългосрочен икономически растеж, ориентиран към производство и износ на стоки и услуги с висока добавена стойност. Такива отрасли са промишлеността и IT секторът, които генерират общо 90% от износа ни. Въпреки че на производството на изчислителна техника, електронни елементи, медицинско оборудване и IT технологии се разчита толкова много, делът на износа на високотехнологични продукти за последните 10 години е нараснал от 4% на 8%.

Проучване на НСИ показва, че догодина бизнесът планира повече инвестиции, с които да засили конкурентоспособността си. Индустриалните предприятия очакват 17,4% увеличение на разходите за покупка на машини и технологии. Амбициозните планове на пръв поглед са изненадващи, те идват след силно свиване на вложенията с 20% през тази година спрямо 2010 г. Около 43% от анкетираните компании преценяват, че все още нямат възможности за инвестиции в производството си. Най-големи вложения се очертават в енергетиката и водния сектор - 44% от всички заявки за 2012 г. На второ място се нареждат отраслите за суровини и материали (27,3%), а на трето - за храни и напитки (10,9%). Производителите на техника, машини и съоръжения ще свият капиталовите си разходи с над 20%. Най-зле изглежда положението с малотрайните потребителски стоки, защото след 13% намаляване на инвестициите тази година идва нов срив догодина - вече със 17%. Това е ясен сигнал, че тези фирми не се надяват нито на износ, нито на съживяване на вътрешния пазар.

За да може икономиката да

Номинален растеж на износа за периода 2009 – 2011 г.
(спрямо същия месец на предходната година)



стане експортно ориентирана, са необходими сериозни инвестиции в технологичната модернизация и в осигуряването на ноу-хау. Държавата е напълно дистанцирана от тези процеси, разчита се единствено на средства по оперативните програми, а много от компаниите отказват подобна възможност, тъй като нямат сили да осигурят дори собственото съфинансиране. Фирмите, които са пропуснали да направят крачка в развитието си, сега още по-трудно могат да си го позволят. В кризата даже плоският данък не се оказа достатъчно привлекателен за чуждестранни инвестиции, с които да се създава нова икономическа инфраструктура. В комбинация с образованието, което стои встрани от реалността, не е далеч времето, когато българската икономика ще изпадне в технологична безпомощност.

Страни като Китай и Бразилия получиха тласък в развитието си благодарение на износа. Едната беше наречена „световната фабрика", а другата – „световната ферма". Какъв е тогава нашият шанс, след като българските фирми са оставени да се справят сами в условията на пазарна турбуленция. Как да предлагаме ниски цени, като стоките на други „конкуренти" са силно субсидирани, а експанзията им е добре обмислена и умело направлявана. Тук нашата държава нито пречи, нито помага и растежът на износа не е благодарение на нея, а въпреки нея.

Ножицата

„Малката тайна" на българската икономика е, че тя е прекалено малка. Въпросът е дали ще имаме устойчивост да се държим на глобалните пазари. Динамиката е голяма и никъде няма резервирани места за българския износ. Родните предприемачи се успокояват, че само който не е спрял, той след дългата криза ще е оцелял. Но не всички могат да се хванат за спасителния пояс на големите външни пазари. Има браншове, които разчитат само на вътрешното потребление, а експортно ориентираните фирми успяват да вземат дребни залъци от световната трапеза.

Недоволството премина отсам Океана, в България също се надигнаха протести срещу все по-широко отварящата се ножица. Задълбочаващата се криза показа, че има проблеми, които пазарите сами не могат да решат. Агонията ще продължи, докато козметичният лифтинг не бъде заменен от пълна промяна.

Износът, износът! Но дали той е панацеята? Проф. Робърт Солоу, Нобелов лауреат по икономика и баща на теорията за растежа, твърди: „Не може всяко място по света да има ръст, генериран от износа, не е възможно всяка страна да има голям и растящ експорт. Ако започнем да изнасяме на Марс и други планети, да, но през следващите 30 години това няма да е възможно. Има страни, които още не са се научили да растат предимно чрез вътрешното потребление. Ако държави като Китай и Германия не започнат да използват вътрешното търсене, то тогава останалата част от света може да отговори с протекционизъм."

Финансовите министри също не обичат износа, тъй като той лишава хазната от ДДС. Но засега не е предложен начин за стимулиране на вътрешното потребление. Липсва и стратегия за българска експанзия навън, тъй като тя първо изисква здрав икономически фундамент.

Сп. „Икономика” събра мнения за експортната ориентация на България от представители на бизнеса, на браншови камари и агенции, от консултанти

Константин Ламбрев,
председател на Съюза на преработвателите на плодове и зеленчуци и управител на „Конекс Тива”:

Пазарите са огромни, а нашето присъствие е под 0.5%

Консервната индустрия традиционно е експортно ориентирана. В кризата като цяло има известен спад в износа, но той не е драматичен. Пазарите особено през първата половина на тази година се посъвзеха. Но обемите ще са подобни на последните три предходни години. Основният пазар за българските консерви се запазва – страните от Евросъюза поемат основна част от износа, Русия е голям пазар, наша продукция отива в САЩ, Канада, Австралия. Пазарите са огромни, а нашето присъствие е под 0,5%. За Китай не изнасяме, оттам се внасят суровини и полуфабрикати, цените им са ниски заради държавната политика, насочена към развитие на селските райони. В изминалите 20 години в България се наблюдава свиване на преработвателната индустрия с близо 4 пъти. През 80-те години производството е надминавало 600 хил. т, а годините на кризата то е около 150 хил. т. Тенденцията е обусловена от промяната на пазарите, някога голямата част от консервите отиваха за Съветския съюз. Но по редица причини българските производители излязоха от този пазар и бяхме изместени от други доставчици основно от Унгария и Турция. „Конекс Тива” има добра стратегия за диверсификация на продажбите – изнасяме в Америка, Европа, Русия, Израел, ЮАР, Австралия.

Почвено-климатичните условия у нас са подходящи за производството на плодове и зеленчуци. Нашата индустрия пряко зависи от суровинната база. През последните 20 години овощарството се е свило с 80%, зеленчукопроизводството с над 50%, а това не е добра основа за развитие на преработвателната промишленост. Заговори се, че догодина ще има национално субсидиране на производството на плодове и зеленчуци, което донякъде ще ги постави на равна основа с конкурентите от съседните страни. Особено в Турция има силно подпомагане на агросектора и затова трудно се съревноваваме с тях.

В България благодарение на предприсъединителната програма САПАРД бе направено сериозно преструктуриране, но проблем на цялата преработвателна промишленост са суровините. Засега при малките обеми на производство на консерви и при добрата организация успяваме. Но в цял свят има големи аграсубсидии, а ние опитваме да развиваме селското стопанство само чрез европейски субсидии на единица площ. България има потенциал за развитие на агросектора, но не бива да разчитаме да дойде някой с магическа пръчица да произвежда суровини, а ние само да посрещаме продукцията на портала на фабриките.

Не бива да разчитаме да дойде някой с магическа пръчица да произвежда суровини, а ние само да посрещаме продукцията във фабриките

Нели Тончева, член на Управителния съвет на „Алкомет”:

„Алкомет” продава основно на европейските пазари, кръгът от клиенти е разнообразен и сред тях са автомобилната индустрия, строителството, хранително-вкусовата промишленост. Широкото присъствие на нашите изделия в различни пазарни сфери ни помогна да ограничим негативния ефект на кризата върху финансовите ни резултати. Ръстът на продажбите на фирмата през деветмесечието на тази година е 26% на годишна база, като 92% от продукцията ни отива за износ.

Алуминият е борсова суровина и както

Васил Кънев, вицепрезидент за Източна Европа на Ideal Standard International:

Зависим от европейските икономики

Експортът на Ideal Standard Vidima се влияе силно от икономическото състояние на европейските пазари. Но няма отпаднали пазари и над 80% от производството ни в България отива за износ, затова и няма особена промяна в стратегията за експорт. Има само намаление на общия износ вследствие на икономическата ситуация на Стария континент. За да компенсираме този процес, предприехме редица действия. Едно от тях е обединяването на Ideal Standard и Vidima. Целта беше да се опрости юридическата ни структура в България и да синхронизираме вътрешните си процеси. Първо създадохме клъстър за нашия бизнес, после обединихме двете компании, с което осигурихме производството на качествени компоненти в региона, което означава възможно най-ниски производствени стойности на продукцията от България. Основната цел беше при най-добрия баланс между цени и качество севлиевските компании да останат приоритетен партньор за европейския бизнес, за да не се мисли за закриване на производства. Това на практика вече е предотвратено.

Българският пазар е малък като размер, но е ценен за нас. Въпреки продължаващия низходящ пазарен тренд успяваме да реализираме минимален ръст на продажбите чрез завземане на пазарен дял от по-слабо представящи се конкуренти.

Отслабването на долара не ни плаши, но вече е от значение силната позиция на китайския юан

Реалната ситуация в ЕС и САЩ влияе силно негативно на развитието ни. Въпреки че има и добри новини от Китай, Индия, Бразилия, но те не могат да бъдат балансьор, защото нашата компания е свързана предимно с европейското евро, след това и с американския долар. Намесва и друг момент - отслабването на някои местни валути. Такъв е примерът с рублата в Русия, със злотата в Полша, с гривната в Украйна. Но има и обратен пример - девалвацията на италианската лира преди години даде тласък на италианската икономика. Трудно е да се предвиди развитието на финансовите пазари, още повече че не сме експерти в тази област. Отслабването на долара не ни плаши, но вече е от значение силната позиция на китайския юан. Вярвам, че в страните от ЕС еврото ще се стабилизира. Малко сме раздвоени в Източна Европа. В Русия, Украйна, Турция като пазар традиционно се оперира с долари, но там, както и на други пазари в Източна Европа нашата компания работи в евро, което ни създава сериозни трудности в определени периоди на обезценяване на местните валути.

Хеджираме риска

повечето такива стоки е засегнат от спекулации и флуктуации , които създават определени рискове. Затова хеджираме всеки тон закупен метал. Минимизираме финансовия риск при фалити на клиенти чрез използване на експортно застраховане за разсрочените плащания. Внимателно подбираме клиентите и секторите, в които те са представени, като проучваме техния кредитен рейтинг. Една от причините за нашата стабилност е непрекъснатият процес на инвестиции и

Внимателно подбираме клиентите и секторите, в които те са представени, като проучваме техния кредитен рейтинг

ние постоянно правим технологична модернизация. Стремим се да гарантираме стабилност и устойчивост на фирмата в критични ситуации. Фалитите на държави и фирми, нестабилността на еврото и еврозоната крият потенциални опасности за нашия бизнес. Вътрешният пазар през последните години се развива слабо, има финансови затруднения и с относителна стабилност се отличават само експортно ориентираните компании.

Красимир Коев, изпълнителен директор на Изпълнителната агенция по лозата и виното:

Половината от виното отива в Русия

Ръстът в износа на вино за първите 9 месеца на 2011-а, макар и минимален, дава надежда на винопроизводителите, че пазарите се раздвижват и през 2011 г. експортът ще е с по-добри показатели от 2010-а. Основен проблем на световния пазар е свръхпроизводството и ключът за постигане на рентабилност в дългосрочен план ще бъде намирането на баланс между търсенето и предлагането, от което зависи и износната цена на виното.

Най-големите винопроизводители са и най-големите износители. На основния пазар - руския, България се представя със среден клас вина. Някои малки бутикови изби се опитват да пробият навън с високо качество.

Най-големите производители са и най-големите износители

Най-голям дял в структурата на износа заемат бутилираните вина, което представлява около 80% от общия износ. Най-големите количества по традиция заминават за Русия, което е около 50% от общия износ. Пазар за родното вино има в Полша, Великобритания, Чехия, Белгия и Германия. Наблюдава се ръст при експорта за Румъния. Заради голямата конкуренция на френски, испански и италиански вина все повече производители започват да гледат към азиатските пазари като Китай, Япония. Навлизането и утвърждаването на българското вино на външните пазари е бавен и сложен процес, който изисква много усилия, търпение, пари за маркетинг и трябва да се превърне в политика на българската държава.

Необятният пазар

Голяма част от регистрираните у нас винопроизводители изнасят за Русия. Интересът е насочен основно към сухите, полусладките и пенливите вина. Но ситуацията на руския пазар е много динамична, навлизат традиционни производители от Италия и Франция. Наблюдава се тенденция за търсене и на по-висок клас напитки. С „Росалкохол" подготвяме меморандум за сътрудничество и целта е да си съдействаме при контрола на износа ни за Русия за всички видове алкохолни продукти, както и при техния внос на водка. Необходимо е да се прелицензират всички складове за алкохол и да се въведат нови правила и изисквания за търговците, което ще отнеме от два до пет месеца и оттам идва забавянето. В последните години няма наше вино, което да е създало проблеми, както се е случвало по-рано.

Подкрепа

В рамките на общата селскостопанска политика на ЕС са предвидени мерки за подпомагане в лозаро-винарския сектор. Една от тях е „Промоция в трети страни". По тази мярка се финансират проекти, свързани с вина със защитено наименование за произход, географско указание или с означение на винения сорт лоза.

Основните пазари на български еликсир

Страни (износ)	I тримесечие 2011 г. (01/2011 – 03/2011) (л.)	I тримесечие 2011 г. (04/2011 – 06/2011) (л.)	III тримесечие 2011 г. (07/2011 – 09/2011) (л.)	ОБЩО (01/2011 – 09/2011) (л.)
Русия - (45,3%)	6 288 826	4 351 779	4 887 371	15 527 976
Румъния - (19,1%)	878 735	2 392 979	3 232 523	6 504 237
Полша - (15,7%)	1 452 579	2 040 796	1 860 435	5 353 809
Великобритания	310 743	421 138	706 535	1 438 416
Чехия - (3,9%)	383 363	440 299	505 479	1 329 141
Белгия	217 394	198 133	211 372	626 899
Германия	208 614	213 387	133 402	555 403
Унгария	360	342 835	24 800	367 995
Монголия	101 067	36 974	179 736	317 777

Източник: Изпълнителна агенция по лозата и виното

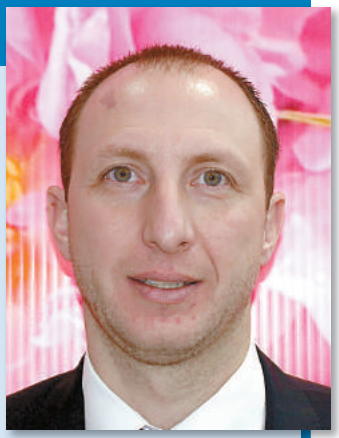
Подпомагането е насочено към популяризиране и реклама, участия в международни събития, панаири и специализирани изложби, както и в съвместни промоционални кампании с винопроизводители от други страни. Засега интересът на винопроизводителите към тази мярка е сравнително нисък. Но за да започне да се търси българското вино, то трябва да достигне до потенциалните консуматори, които да го оценят.

Изпитване

Вината, които са предназначени за износ се изпитват в акредитираните лаборатории на ИАЛВ, в съответствие с разпоредбите, разписани в ЗВСН. Документът, който се издава, е протокол от изпитване. Не е нужен сертификат за вината, които са предназначени за страни от ЕС. Движението на стоките е свободно и документите, които се изискват, са същите, които трябва да съпровождат напитките, предлагани у нас. Що се отнася до трети страни, между които Китай и Турция, виното трябва да се съпровожда от документ, удостоверяващ безопасността му за консумация.

Филип Лисичаров,
управител на „Еньо Бончев продакшън":

Забавените плащания се увеличават



Произвеждаме масла и води от роза и лавандула и над 95% от продукцията се изнася в чужбина. Ние сме стара семейна фирма – моят прадядо е започнал тази дейност през 1909 г., а през 1992 г. получихме обратно една от неговите розоварни и тогава дойде нашият ред да се докажем. Построихме още три розоварни, имаме собствени насаждения от рози и лавандула, които са с биосертификат. Работим с известни световни марки в областта на парфюмерията и козметиката.

Нашият бранш е много консервативен, отглеждането на рози е трудно, свързано е с много ръчен труд. В последните три години на някои пазари като американския има спад и поръчките намаляха. Продажбите в Япония също се свиха, макар не рязко. В криза клиентите стават по-претенциозни към качеството, затова и контролът се засили. Наблюдава се забавяне на плащанията, което стана редовна практика в Европа. Разсрочените плащания от 30 и 60 дни стигнаха 90 дни и вървят нагоре за някои клиенти. Когато едни пазари не се развиват добре, търсим други, но привличането на всеки нов клиент изисква време и разходи. Работим два пъти повече, за да запазим пазарите и да завоюваме нови.

Работим два пъти повече, за да запазим пазарите и да завоюваме нови

Конкуренцията е много сериозна, Турция е другият основен производител на розово масло, а за лавандуловото масло мерим ръст с Франция и бившите съветски републики. Българското розово и лавандулово масло са признати като номер едно в света. В количествата розово масло делим първенство с Турция, а за лавандуловото вече изпреварихме Франция. За стартираща фирма обаче би било много трудно, отнема много време да я научат и да се уверят, че предлага качествени продукти. Самото наименование „българско розово масло" вече не е гаранция за качество. Производството му у нас е между 1-1,5 т, а на лавандуловото масло – между 40 и 50 т.

Николина Узунова, изпълнителен директор на Българската национална асоциация етерични масла, парфюмерия и козметика:

Правим пробив с биопродукти

Трудно е да се говори за растеж в износа на козметични продукти през 2011 г. и следващите години, които се очертават като нелеки. Убедена съм, че и занапред ще има компании, които ще увеличат пазарния си дял в България и ЕС - но това няма да е резултат от обща тенденция, а от далновидно ръководство и качествена продукция, тъй като има съществени различия в стратегиите за оцеляване на малки, средни и големи компании. За някои от големите компании производството под Private label придоби все по-голямо значение, тъй като създаде възможност за максимално натоварване на производствените мощности. Възможността за производство на натурална и биопродукция (въпреки многото неясноти и регламент за сертификацията) бе оценена най-масово от компаниите като шанс за навлизане на нови пазари. Благодарение на дългогодишните традиции в производството на козметика в България можем да се похвалим с достатъчен брой високо квалифицирани кадри, които да стоят в основата на иновациите в козметичния сектор.

Илия Келешев, председател на

Липсата на пари

Цените на международните пазари намаляват и износителите все по-трудно работят

Фирмите, които първи започнаха да излизат от кризата, са износители, трайно интегрирани на европейския пазар. Увеличаването на производството в страните от ЕС даде пряко отражение у нас. В подсектора „Производство на машини и оборудване" растежът в износа през 2010 г. е 38,5% и надмина 90% от обемите през 2008 г. Ръстът през 2011 г. продължи, макар като темп да е с повече от 2 пъти по-малък от този през 2010 г. За отделни производства – хидравликата, металорежещите и дървообработващи машини, износът е над 85-90%, при колите – над 80%. Експортът за страни от ЕС е около 60% от общия износ, но машиностроителната продукция се изнася в десетки страни от всички континенти. Висок е

темпът на растеж

при производството на метални изделия без машини и оборудване, но в него попадат и фирмите със специално производство, които като цяло не бяха засегнати от кризата, така че в действителност при редица от предприятията, произвеждащи метални изделия, няма растеж. Редица от тях дори преустановиха дейността си. През септември т.г. има спад в износа на производителите на ремаркета, полуремаркета, възли и части за автомобилостроенето. С изключение на фирмите за метални изделия в останалите подсектори на машиностроенето производството продължава да е по-малко от достигнатото в предкризисната 2008 г. Вътрешният пазар остава свит. Спадът на производството в Германия през четвъртото тримесечие на т.г. и неблагоприятните прогнози за Италия и други европейски страни за нивата на БВП през 2012 г. ще забавят износа и развитието на фирмите.

Вътрешният пазар продължава да е слаб. В момента няма как търсенето на него да нарасне до нивата отпреди кризата - външните инвестиции са незначителни, голяма част от работещите фирми от индустрията са така задлъжнели, че по изключение купуват нова техника и оборудване. Банките засилиха натиска към фирмите за просрочените заеми,

Румен Атанасов, Камара на електротехниката в България:

Производството се крепи на експорта

Браншът е със 130-годишна история в България, създадени са кадри, ноу-хау, има и знакови продукти, които присъстват на глобалния пазар. И цялото производство съществува благодарение на износа. Развиват се само онези фирми, които са намерили външни пазари и партньори, с които да се кооперират. В сектор електротехника и електроника има много успешни чуждестранни инвестиции в производствени предприятия, това е доказателство, че България има добро име. Сред тях са АББ с три завода в Петрич, Севлиево и Раковски, „Шнайдер Електрик" и „Либхер", които са с производствени бази в Пловдив, „Фесто" и „Хюндай" в София, „Язаки" Ямбол.

Традициите, националното ноу-хау и добрите кадри ни правят конкурентоспособни на външните пазари

Повечето от тези големи предприятия създадоха тук и своя развойна дейност. Въведе се съвременна организация на производството, сформира се и мрежа от поддоставчици.

Кабелното производство търпи сериозно развитие в нова посока на технологиите, има три големи производителя - „Елкабел" Бургас, „Гамакабел" Смолян, „Емка"Севлиево, като има и други малки предприятия. Над 90% от това производство е за износ – през 2010 г. продажбите зад граница надхвърлят 600 млн. лв.

Друга продуктова ниша са електромоторите – някои производители напоследък закъсаха, но страната има потенциал и заводите в София и Харманли са представени добре на глобалния пазар. Акумулаторното производство също е познато навън – открояват се „Монбат", „Елхим - Искра" Пазарджик" и „ЕнерСис" Търговище. Фирмите за осветителни тела разчитат на продажбите зад граница – сред най-утвърдените са „Техносвет" Стара Загора, „Атра" Пловдив, „Самел 90" Самоков. Трябва да отбележим позициите на световните пазари на производителите на бойлери „Елдом Инвест" (търсена марка дори при бойлерите за яхти) и „Теси", които печелят пазари навън заради енергийната си ефективност.

Българска браншова камара – машиностроене:

ни отказа от европрограмите

част от тях започнаха да продават вземанията на други и пред някои от фирмите перспективата за развитие е неясна. Не достигат средства за инвестиции и за обновление. Неслучайно редица машиностроителни компании с одобрени проекти по ОП „Конкурентоспособност" се отказаха от изпълнението им, защото не могат да си осигурят финансирането.

Място за оптимизъм няма! Свиването на производството в Германия, Италия, Франция автоматично води до намаляване износа на машиностроителна продукция. Редица ръководители на фирми износителки – „ЗММ Стомана" Силистра; „Петров П.М." София и др. от дълго време изразяват недоволство от факта, че стойността на еврото не се променя от години, а у нас и цените, и заплатите нарастват през този период. Като цяло цените на международния пазар, където продаваме машини, в някои случаи намаляват, и износителите

Все по-трудно работят

Нереалистично е обаче да се мисли, че е възможно да се елиминира рискът от неблагоприятното развитие, свързано с еврото и пазарите. Факт е, че фирмите ще бъдат потърпевши. „Мадара", Шумен се развива много добре. Износът е предимно за руския гигант „КАМаз". Очертават се добри поръчки и през 2012 г. Възстановяват и търсят нови пазари фирмите от хидравликата. На първо място като обем и износ е фирма „М+С Хидравлик"- Казанлък, произвеждаща 7-8% от световното производство на хидромотори, следвана от „ХЕС"- Ямбол; „Капрони"- Казанлък. Успешно се развива българският производител на водни турбини - „Вапцаров"- Плевен, която вече се конкурира на международния пазар със световните производители. Въпреки че спадът в производството на стругове и стругове с CNC управление на „ЗММ" Сливен през 2009 г. бе 70%, фирмата в момента работи добре, възстановява пазарните си позиции, назначава работници. Увеличава производството си и водещият производител на инструменти у нас „Цераticит България"-Габрово, дъщерна фирма на световно известен концерн. Много успешно работи и българският производител „ВСК Кентавър – ИЗ Динамика"- Дряново. Оживление има и на пазарите за мото- и електрокари – „Балканкар Рекорд"- Пловдив, „Димекс Лифт"- Пловдив; на техника и оборудване за хранително-вкусовата промишленост – „Хранинвест-Хранмашкомплект"- Стара Загора, на пловдивските „Биомашиностроене" и „Индекс 6".

През 2011 QBE чества 125 години

От 1999 година компанията работи и на българския пазар чрез клон на базирания в Лондон "QBE Insurance (Europe) Limited".

ИСТОРИЯТА НА QBE

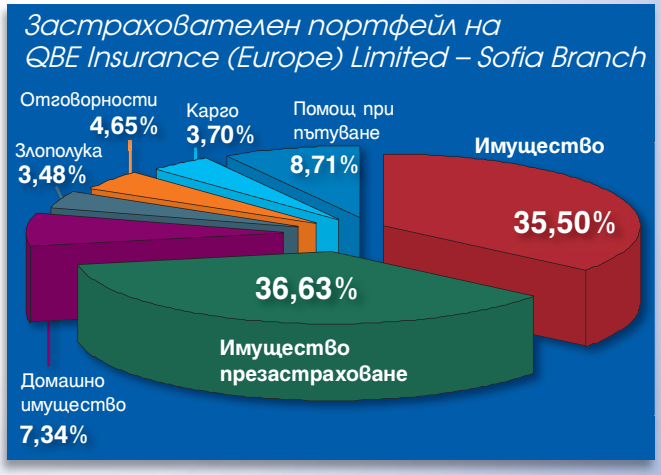
„QBE Insurance Group" е австралийска общозастрахователна и презастрахователна компания, водеща началото си от далечната 1886 година, когато двама застрахователни агенти основават „North Queensland Insurance Company" в Сидни, Австралия. Първоначалната цел била да предоставят застрахователно покритие при складирането и транспортирането на товари по вода и суша. „North Queensland Insurance Company" продължава да се разраства в началото основно в Азия и Австралия, като през 1904-а компанията открива и клон в Лондон. През 1959 година „North Queensland Insurance Company" придобива „Equitable Probate and General Insurance", а през 1971 година се слива с „Bankers and Traders Insurance Company", за да се стигне в крайна сметка до името QBE през 1973 година.

Днес, 125 години по-късно, „QBE Insurance Group" е най-голямата австралийска общозастрахователна и презастрахователна група с офиси в 49 страни и присъствие на всички ключови застрахователни пазари. Компанията е сред 20-те най-големи застрахователи и презастрахователи в света, а чрез повече от 135 акуизиции е постигнала както географска, така и продуктова диверсификация.

ФИЛОСОФИЯТА НА QBE

Философията на QBE е, че експертизата, която нейните служители притежават, може да решава различни казуси, работейки в тясно сътрудничество с посредници и клиенти. По този начин QBE намира решения за рискове, които други застрахователи не биха искали или не биха могли да поемат. Ако търсите добро застрахователно покритие за своя бизнес, QBE в България може да ви предложи специализирани решения по всички видове продукти от своя портфейл.

Застрахователен портфейл на QBE Insurance (Europe) Limited – Sofia Branch



Дочо Карадочев, изпълнителен директор на Българска агенция за експортно застраховане:

Застрахованият износ нараства

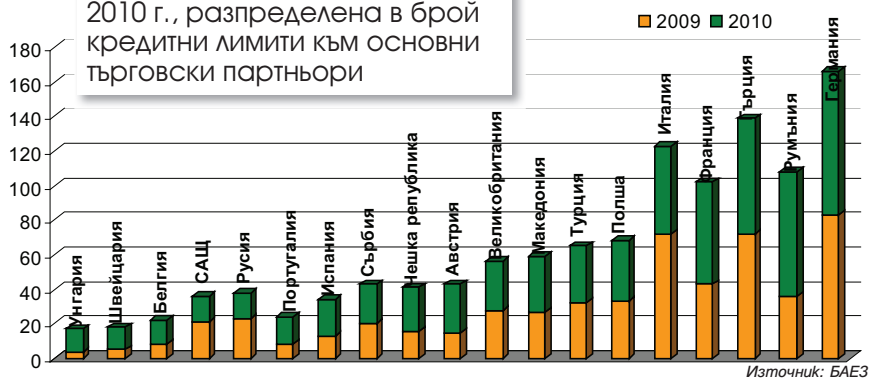
Икономическата обстановка в последните 2 години кара българските компании да бъдат все по-гъвкави. Застрахователното покритие на вземанията е възможност, от която все повече български износители се възползват. След 2008 г. се наблюдава постоянно нарастване на застрахования износ като дял от общия експорт на страната. В последните 4 години отчитаме и постоянен ръст с около 10% годишно в обема на износа, застрахован от Българската агенция за експортно застраховане (БАЕЗ).

Агенцията извършва дейността си за своя собствена сметка или за сметка на държавата. За сметка на държавата правим основно застраховки на плащанията по сделки за износ към т. нар. държави с непазарен риск (считани за по-рискови, основно извън ЕС и ОИСР), застраховки на банкови кредити, отпуснати на малки и средни предприятия, застраховки на български инвестиции в чужбина, на акредитиви, банкови гаранции при износ и др. Така общият капацитет, в рамките на който осигуряваме застрахователно покритие, гарантирано от държавата, през тази година възлиза на 800 млн. лв. Секторите с най-много одобрени кредитни лимити и съответно с най-голяма експозиция са производството на метални изделия, селското стопанство, текстилната и хранително-вкусовата промишленост.

Цялостната експозиция на БАЕЗ е разпределена в над 10 000 кредитни лимита в различни сектори от икономиката. Размерът им варира от неколкостотин до милиони евро, като определящ е мащабът на бизнеса на компанията износител и размерът на заявените лимити при подаването на заявка за застраховане. Разпределението на застрахования износ по държави за 2010 г. е следното: за Европа – 85%, като с най-голям дял са страните от ЕС – 62% (Германия, Италия, Полша, Великобритания, Румъния, Франция). Другите европейски страни заемат 23%, в т.ч. Македония и Сърбия. Делът на останалите европейски държави е под 4%, износът към останалия свят е 15%. През настоящата година 26-те от ЕС остават основен търговски партньор за българските компании. Съществен е делът и на Сърбия, Македония и Русия.

Все по-често компаниите търсят застраховка срещу финансови рискове не само при излизане на нови пазари и непознаване на търговските си партньори, а за да осигурят защита за цялото си портфолио от вземания. Ползите обаче не се изчерпват само с изплащането на застрахователното обезщетение. Стремим се да бъдем пълноценен партньор на клиентите си при управлението на риска, да предложим адекватни към промените на пазара застрахователни решения, да съдействаме при събирането на вземанията им.

Експозиция на БАЕЗ за 2009 г. и 2010 г., разпределена в брой кредитни лимити към основни търговски партньори



Източник: БАЕЗ

Александър Трифонов, експерт по иновации:

Данъчни облекчения за високи технологии

С изследване върху стойността и разнообразието сред експортните стоки ще се заемат в БТПП. То ще хвърли светлина върху важния въпрос дали изнасяме стоки с ниска или с висока добавена стойност. Само преди две десетилетия българският експорт включваше промишлени лазери, компоненти, кондензатори, резонатори, но това вече е минало. Има обаче предприятия като „Биовет" Пещера, което произвежда пробиотици, фирми в IT сектора, разработващи софтуер, които се приемат много добре в чужбина. Когато се говори за конкурентоспособност, е важно да се знае какъв дял от износа имат високотехнологичните продукти, защото те формират по-висока печалба. Тези модерни стоки и услуги обаче заемат едва 8% от износа, което е пренебрежимо малко в сравнение с другите 92%, съставени от полуфабрикати, суровини, облекло на ишлеме и др. Над 90% от икономиката на България се прави от малките и средните предприятия. Държавата би следвало да ги стимулира, като приеме облекчения на данъчната ставка. Данъчната база трябва да се определи след производствените разходи. Пример за такъв модел е Германия, където данъкът за фирмите е висок и стига до 34%, но за високотехнологичните предприятия данъчната основа е много по-ниска. Това е принципът, по който трябва да ориентираме експорта си, ако държавата приеме целенасочена политика. Тя трябва да реши кои сектори в България с нейна подкрепа се развиват във високите технологии. Конкуренцията е много силна и жизненият цикъл на едно ново производство вече се съкращава до две години. Кандидатите за създаване на нови фирми са малко, защото докато се одобри проектът и започне разработката, продуктът остарява морално.

Образованието

От износа се очаква да издърпа каруцата ни и да я превърне в каляска

- КЛЮЧЪТ КЪМ модерната икономика*

ПЕТЪР ПЕШЕВ,
ИП „Бултренд Брокеридж”

През периода 2004-2009 години над 33 млрд. евро влязоха в страната под формата на преки чуждестранни инвестиции и заеми, които не са елемент на ПЧИ. Метафорично казано, „дъжд от пари” валеше над главите на българите. Тези средства достигнаха до домакинствата и бизнеса под формата на банково финансиране. Кредитната експанзия спомогна за обновяването и разширяването на производствените мощности, но значителна част от средствата бяха насочени към слабо ефективния сектор на недвижимите имоти и свързаните с него. Не малка част от банковите заеми бяха изразходвани от домакинствата за закупуване на луксозни стоки и услуги (автомобили, електроника, обзавеждане, почивки в чужбина). Всичко това се трансформира в рекорден дефицит по текущата сметка, като минусът надхвърли 20% от БВП през 2007 и 2008 година, а входящите капитали, които финансираха този прекомерен внос, се трансформираха във висока външна задлъжнялост, само че голяма част от тях бързо изтекоха като внос на стоки и услуги, и то на такива за крайно потребление и в по-малка степен в основен капитал и стоки с производствено предназначение. Натрупаният дефицит по текущата сметка за периода 2004-2009 година достигна до 27,7 млрд.лева, т.е. тези пари напуснаха страната и отидоха да работят за други икономики и да създават работни места и плащат данъци в други страни. Просто хората сме ирационални и помислихме, че този „платинен дъжд” ще продължи вечно и вместо да създадем необходимите буфери, ние дори увеличавахме заемното финансиране.

Вследствие глобалната финансова и последващата икономическа криза, от която българската икономика все още не може да се отърси, кранчето на тези огромни за размерите на родното стопанство входящи капиталови потоци бе спряно. В резултат, вътрешното търсене започна да се срива, а безработицата стремглаво да расте. Изходът бе бизнесът да започне да гледа все повече към

външните пазари, които са неограничени, но в същото време взискателни към качеството и цената. Предприемачите това и започнаха да правят. Земеделци, хотелиери, ресторантьори, индустриалци се обърнаха към външното търсене. Сега в източник на валута и на икономически растеж се превърна износът. Той е работният кон, който трябва да изтегли колата, наречена „българска икономика", и да я превърне в „каляска".

Генератор на икономически растеж

Благодарение на износа всяка икономика си „сверява часовника" с останалите по света и разбира докъде е стигнала с разрешаването на проблемите на конкурентоспособността. С валутните приходи от експортираните стоки и услуги фирмите могат да закупят машини, съоръжения, технологии, с които да подобрят ефективността и да повишат конкурентоспособността си, с което да завоюват нови пазари.

Широко изследвана в теорията е връзката между износа и икономическия растеж. Тя е положителна и е изведена от редица автори (виж Баласа 1978, Рам 1987 и Бахмани-Оскои и Алси 1993) . Както при повечето икономически променливи и тук връзката е двустранна, т.е. тече и в двете посоки от експорта към икономическия растеж и обратно.

Благодарение на износните сектори безработицата в страната не е по-висока от и без това високите текущи нива. През октомври 2011 г., данните на Евростат сочат, че коефициентът на безработица е замръзнал при 12.1% спрямо 11.9% за септември и 11% за октомври 2010 г., т.е. ситуацията на пазара на труда се влошава. Сега, когато входящите преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ) не превишават с много ПЧИ, напускащи страната, единственият източник на валутни резерви и работни места остава износът на стоки и услуги.

Какво продаваме на света?

За съжаление българският износ в момента е концентриран около сектори с ниска добавена стойност. Износ на необработени земеделски продукти, на суровини и материали, на петролни продукти, и на една идея по-доходоносните туристически услуги доминират българския експорт.

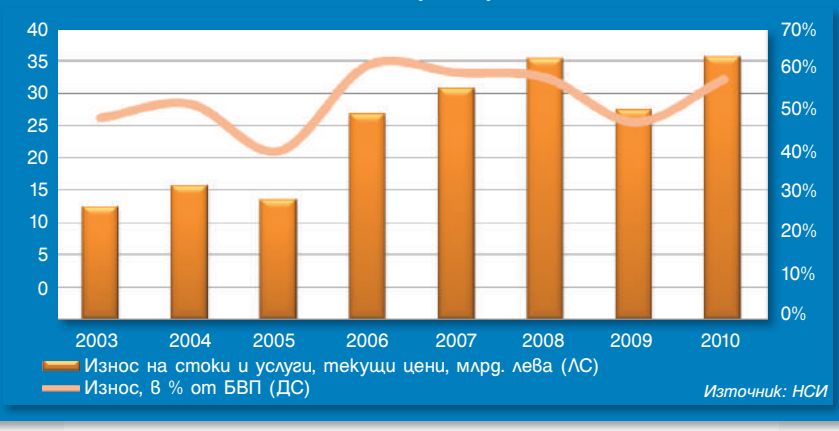
Машините, електрическите уреди и апарати, производството на които изисква по-висока квалификация на персонала и използването на сложни и скъпи технически съоръжения, формират малко под 15% от общия износ на стоки и услуги. При тях добавената стойност е по-висока. Повече такива производства трябват на българската икономика за реализирането на устойчив икономически растеж. Здравеопазване, образование, биотехнологии могат да се превърнат в източник на износ на услуги, но и на фактор за устойчив икономически растеж.

Статистиката:

✓ За периода 2003-2010-а износът на стоки и услуги (в реално изражение) е нараснал от 20 до 31.3 млрд. лева, като се увеличавал с 5.8% средногодишно. За същия период износът на стоки е растял със 7% средногодишно, спрямо 2.8% за износ на услуги. В номинално изражение експортът на стоки и услуги е растял с 11.2% средногодишно, този на стоки - с 12.3%, а този на услуги - с 8.5%.

✓ През 2010 година износът на България в номинално изражение, т.е. по текущи цени, възлиза на 40.7 млрд. лева, като съответства на 57.8% от годишния брутен вътрешен продукт. Стойността му е с 26% над отчетения за 2009 година, но този номинален ръст се дължи и на впечатляващия ръст на международните цени на суровините. В реално изражение експортът е нараснал с 16.2%, което е добър атестат за възможностите на българската икономика. През 2011 година ръстът също продължава с двуцифрени темпове (данните не са предоставени, защото са предварителни), така че експортният сектор има водещо значение за икономическия ръст тази година, макар и скромен.

Износ на стоки и услуги, тенденции



Източник: НСИ

Износ на стоки, в проценти

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Артикули, класифицирани главно според вида на материала	5.0%	5.1%	6.8%	4.2%	4.1%	6.0%	7.3%	8.0%
Машини, оборудване и превозни средства	4.7%	4.6%	6.4%	5.3%	4.9%	4.8%	5.1%	6.5%
Разнообразни готови продукти, н.д.	6.3%	7.7%	13.0%	11.5%	10.9%	12.1%	9.1%	10.1%
Минерални горива, масла и подобни продукти	6.8%	5.8%	7.6%	4.7%	5.7%	5.9%	5.4%	6.0%
Храни и живи животни	18.5%	20.8%	26.6%	22.5%	21.7%	19.5%	16.2%	17.3%
Необработени (сурови) материали, негодни за консумация (изкл. горивата)	9.8%	9.3%	14.3%	10.0%	11.0%	11.6%	11.9%	12.5%
Химични вещества и продукти	21.6%	19.4%	22.4%	14.2%	13.8%	11.9%	12.8%	12.1%

Източник: НСИ, БНБ, собствени изчисления

Има ли правителството план за действие?

✓ Българското правителство няма експортно ориентирана политика. Не само сегашното, но и предходните правителства не са приоритизирали експортния сектор, макар да са писали програми за това и да са се подписвали под тях.

✓ По-ниският данък върху добавената стойност в туризма, който е в размер на 9%, се дължи по-скоро на натиска на конкуренцията от Гърция и Турция, където туризмът е стимулиран с по-нисък косвен данък.

✓ Земеделската продукция се произвежда основно за износ. Секторът е субсидиран, благодарение на единната селскостопанска политика на ЕС и в много по-малка степен като елемент на съзнателна външноикономическа насърчителна политика.

✓ Ниският ДДС в туризма стимулира „сгъването на чаршафи" и слугуването на чуждестранните туристи, а не формирането на високотехнологични експортни производства, които да използват и развиват експертния потенциал на нацията.

✓ Същото е и със земеделието. Износът на зърно, рапица, царевица и други междинни продукти не е факторът за устойчив икономически растеж. Това са стоки с ниска степен на технологична обработка и ниска добавена стойност. Те тепърва ще бъдат включвани в производството на крайни продукти, само че в други страни, които ще извлекат и лъвския пай от нетните приходи.

✓ Очевидно липсата на икономическа политика, стимулираща износа на стоки с висока добавена стойност, е ахилесовата пета на българските управляващи. Сега, когато е налице дефицит от национални цели, създаването на високотехнологичните експортни производства на стоки и услуги и превръщането им в опорни стълбове за новото българско стопанство може да се превърне в основен елемент на общоикономическата политика на настоящото и идните правителства.

Чуждестранните студенти - източник на валута и растеж?

✓ България има традиции в обучаването на чуждестранни студенти, макар след промените блясъкът на висшето ни образование да се поизгуби и притокът на чужденци в родните университети да се редуцира. Разходите по пребиваването и обучението, заплатени от чуждестранните студенти, се включват в графа износ на услуги. Те са източник на валутни приходи и спомагат за задвижването на местната икономика.

✓ Образованието е сектор с висока степен на добавена стойност и може да се превърне във фактор на стабилни валутни приходи и генератор на устойчив икономически растеж. Никое правителство не е поглеждало на университетското образование от този ъгъл и не го е приоритизирало.

✓ Годишните приходи и положителните ефекти, които създава обучението на един чуждестранен студент, надхвърлят няколко пъти производството и износа на зърно или друга земеделска продукция, побираща се в един тир например. Една малка армия от няколко десетки хиляди чуждестранни студенти може да се окаже, че генерира по-голям продукт, отколкото цели сектори в земеделието.

✓ Освен споменатите преки ефекти, качественото образование, в частност висшето, е пререквизит за създаването на модерна икономика, на знанието и технологиите, които да генерират високи доходи и благосъстояние за обществото. От тази гледна точка не земеделие или туризъм, а висшето образование трябва да е секторът с топ приоритет.

✓ За да са търсени родните университети, в тях трябва да работят международно признати и цитирани изследователи, както и мотивирани преподаватели, които да са взискателни към учебния процес и познанията на студентите. Специализирани курсове на световноизвестни учени също са елемент на повишаване конвертируемостта на родното висше образоване. Те обаче струват скъпо и трябва да бъдат финансирани допълнително, т.е. субсидирани.

Използвана литература:

- Balassa, B. (1978), "Exports and economic growth: further evidence", Journal of Development economics, pp. 181-189.
- Ram R. (1987), "Exports and economic growth in developing countires: evidence from time series and cross-section data", Economic Development and Cultural Change, pp.51-72.
- Bahmani-Oskoee, M. and Alse J.(1993), "Export growth and economic growth: an application of cointegration and error correction modeling, The journal of developing Areas, pp 535-542.

** Заглавията са на редакцията*

Бляскавото

„Поласкан съм от високата чест, която ми оказвате. По света вече са готови да обезглавяват банкери, окупират Уолстрийт, а тук едно уважавано жури ме номинира за носител на най-голямата награда. За мен банките са кръвоносната система на икономиката. И както се казва, когато банките кихат, икономиката започва да кашля. Убеден съм, че стабилността на българската банкова система е факторът и условието за преодоляването на тежката икономическа криза.”

Цветан Василев

„Радваме се за това изключително отличие. То ни мотивира да продължим да показваме най-доброто, а именно разнообразие от висококачествени продукти на достъпна цена.”

Милена Драгийска

завръщане на МИСТЪР Икономика 2011

„Тази награда в много по-голяма степен се дължи на силния екип в КФН, който създадохме в последната една година.”

Стоян Мавродиев

„Над 20 години се занимавам с бизнес и до тази година не съм очаквал да бъда номиниран и да победя в такова престижно състезание. Тази награда задължава да продължавам в своето развитие по същия начин. ”

Кирил Домусчиев

„Преди десет години един мъдър човек ми каза: „Прави, каквото правиш, но внимавай, докато станеш на 40, да не направиш някоя глупост. После става лесно. И вярно стана много лесно, защото, току-що навършил 40, спечелих приз, за който не съм вярвал, че човек на моята възраст може да го заслужи с действията си.”

Данчо Данчев

„Радвам се, че Банка ДСК участва в тази стабилна банкова система. Българската банкова система е с висока капиталова адекватност и с много добра ликвидност.”

Виолина Маринова

Модерният бизнес дух и добрата традиция да се връчват отличия за високи постижения си дадоха среща в Националния исторически музей на 30 ноември. На стилна церемония, излъчвана пряко по Българската национална телевизия, сп. „ИКОНОМИКА" и в. „Стандарт" наградиха победителите в конкурса „Мистър Икономика" и им връчиха статуетките „Рибарят и златната рибка", дело на именития скулптор Ставри Калинов.

Мажоритарният собственик на Корпоративна търговска банка Цветан Василев е новият „Мистър Икономика 2011". Специалната награда за лидер в бизнес управлението отиде при главния изпълнителен директор на Банка ДСК Виолина Маринова. Кирил Домусчиев, изпълнителен директор на „Хювефарма" и съсобственик на „Параходство Български морски флот", бе отличен „За принос в развитието на индустрията". Председателят на Комисията за финансов надзор Стоян Мавродиев получи приз „За принос в развитието на финансовия сектор". Данчо Данчев, изпълнителен директор на ЗАД „Виктория", стана пръв в категорията „Услуги и търговия", а „Лидл" грабна наградата „За принос в развитието на земеделието и храните".

Кой не би искал да е победител в една голяма надпревара и кой бизнес лидер не би желал да получи своя „Оскар" за най-високи постижения пред погледите на целия български народ…

„Повече от приятно", така финалистите в конкурса „Мистър Икономика 2011" описаха настроението, с което минаха по червения килим в Националния исторически музей, за да участват на изисканата галацеремония по връчването на наградите за най-добрите сред най-добрите в бизнеса. Сред блясъка и величието на българското историческо минало победителите си пожелаха и в утрешния ден да оправдаят високото доверие, гласувано им от авторитетното жури от утвърдени икономисти, финансисти, учени и досегашни носители на статуетката „Рибарят и златната рибка". Всеки един от тези 33-ма „съдии", чийто председател бе изпълнителният директор на „Стандарт нюз" Славка Бозукова, работиха абсолютно независимо. На втория етап те имаха право да гласуват само за един свой фаворит във всяка от петте категории. Независима одитна агенция обработи резултатите и до последно те бяха пазени в тайна.

Идеята на главния редактор на „Стандарт" Славка Бозукова догодина да има и конкурс „Мисис Икономика" получи подкрепа от вицепремиера Цветан Цветанов и управителя на БНБ Иван Искров

Важен е всеки сигнал като нашия, че имаме стабилна финансова система и сравнително добре развиваща се икономика на фона на съседна Гърция. Журито беше интересно съставено, в него са хора, които са част от бизнеса. И затова за нас нямаше изненади сред номинациите, които бяха направени, коментира след церемонията Петър Кънев, член на журито и „Мистър Икономика 2005" за принос в развитието на индустрията.

Феникс

Списание„Икономика" през тази година започна своя втори живот и след като брандът бе обновен, изданието отново се появи на пазара през май 2011 г.. Нашият издател „Стандарт Финанс" възстанови конкурса „Мистър Икономика" - най-значимата селекция на личности с принос към стопанското оживление на страната, която води началото си от 1990 г. Така през тази година се състоя неговото 14-о издание.

„Конкурсът се възражда в година, която е доста тежка не само за българската, но и за световната икономика. За мен ще е чест през 2012 г. надпреварата да бъде развита и в нея да намери място малкият и средният бизнес", подчерта изпълнителният директор на сп. „Икономика" Боян Томов.

Към победителите

„Казват, че няма евтино и качествено, но при тях очевидно това работи" – заяви министърът на земеделието и храните Мирослав Найденов, който връчи статуетката за „Лидл". Кирил Домусчиев получи наградата си лично от управителя на БНБ Иван Искров, който напомни, че неговият предшественик Тодор Вълчев също е носител на този приз. Специален гост на церемонията бе и председателят на Унгарския финансов надзор г-н Кароли Саш. Той връчи статуетката на своя колега от КФН Стоян Мавродиев.

„За мен е чест, че в. „Стандарт" се

Квартет „Кварто" допринасяше за изисканата атмосфера в Националния исторически музей

Изпълнителният директор на списание „Икономика“ Боян Томов благодари на представителите на българския бизнес, че устояват на тежката криза

Подуправителят на БНБ Калин Христов и бившият финансов министър Милен Велчев, който бе и част от журито на „Мистър Икономика 2011“, обсъждат любопитни подробности от икономическата ситуация

© КРАСИМИР СВРАКОВ, АНТОН ЧАЛЪКОВ, ВИКТОР ЛЕВИ

превърна в медиатор между държавата и бизнеса, в истински глас на бизнес лидерите. Ние сме гаранти за безпристрастността на този конкурс. За нас той е важен, защото България има нужда от положителните примери на своя бизнес”, заяви Славка Бозукова. Тя обяви, че през следващата година ще има голяма награда „Мистър Икономика” за цялостен принос както за мъже, така и „Мисис Икономика” за бизнес дамите. И като своеобразна компенсация, че сред финалистите в конкурса попаднаха само мъже, тя даде специалната награда на Виолина Маринова от

Иван Ангелов от „Градус“ (вляво) и шефът на млекопреработвателите Димитър Зоров са не само конкуренти в категорията „Земеделие и храни“, но и партньори

Водещите на церемонията Спас Кьосев и Радина Червенова от БНТ

Представителите на журито Петър Кънев (в средата) и Васил Велев (вдясно) обсъждат оспорваната надпревара

Банка ДСК.

Мъжете не трябва да монополизират икономиката, защото жените показват, че могат, а в някои случаи те са и по-добри, смята и вицепремиерът Цветан Цветанов. Той пожела през 2012 г. бизнесът да реализира своите сериозни намерения и изрази надежда за бързо излизане от тежката икономическа криза. Негова беше честта да връчи отличието за цялостен принос на Цветан Василев.

Както се казва, победителите не ги съдят. Честито на наградените!

Шефовете на Пощенска банка Антъни Хасиотис и на КЦМ-Пловдив Никола Добрев бяха сред номинираните за големите награди

Цветан Василев е мажоритарен собственик и председател на Надзорния съвет на Корпоративна търговска банка. Той получи приза „Мистър Икономика“ 2011 за цялостен принос в развитието на българската икономика

Цветан Василев:

В кризата ще се справяме сами

- Г-н Василев, честито! Какво променя за вас „Мистър Икономика”?

- Преди всичко наградата е едно морално удовлетворение и оценка за това, което съм правил в последните 20 г. Тя е и оценка за мястото и ролята на Корпоративна търговска банка в българския бизнес. Защото за последните 10 г. банката съумя да заеме много сериозно място в бизнеса и да окаже съществено въздействие за развитието на цели отрасли. Например производството на специална военна продукция, инфраструктурата, енергетиката. Почти няма пътно-строителна фирма, която да не ползва услугите на КТБ. В енергетиката сме най-големият кредитор, както на държавните компании така и на частните. За 10 г. банката успя да намери много сериозно място и да стане партньор. Разликата между нас и останалите банки е, че КТБ се явява партньор. Тя разбира проблемите на клиентите и се старае да ги решава, не е само източник на финансиране.

Малко известен факт е, че почти няма дружество от ВПК, което да е оцеляло без помощта на банката. Всички компании в изключително тежък период за тях станаха клиенти на КТБ в началото на 2000 година. Сега повечето от тях са сред най-добрите данъкоплатци на страната. Там са заети пряко и косвено около 100 хиляди души. Дори държавната ВМЗ финансира текущата си дейност от 2,5 години само от КТБ, при положение че дружеството е в изключително тежко финансово състояние, включително със запори на сметките си от държавата във връзка с публични задължения.

- Вероятно доста ваши клиенти изпитват затруднения. Как се справяте в кризата и вие, и те?

- Сегашният тип криза е най-лошата – от депресивен тип. Те са и най-продължителните. В момента има свръхзадлъжнялост на всички нива и невъзможност световната икономика да индуцира толкова доход, че да се обслужват тези дългове.

- Какъв е изходът – печатане на пари?

- Пари се печатат непрекъснато, но пак не достигат. Трябва вече да се смени целта на модела – от неолиберален пак трябва да отиваме към някакъв по-скоро неокейнсиански модел. Не отричам ролята на пазара, но някои я въздигнаха в култ. Тя никога не е намалявала, само ние си мислехме в периода на прехода, че колкото по-далеч е държавата от икономиката, толкова по-добре. Да, по отношение на намаляване на държавното участие в икономиката, защото държавата не е показала, че е добър стопанин и управлява добре собствеността си. Да, по отношение намалението на административните пречки, бюрокрацията и корупцията. Но не и на абдикацията ѝ от икономиката. Преди години какво се правеше – приватизираме само за да приватизираме. А сега активите, останали за приватизацията, ще се ползват за нещо друго – например покриване на част от дефицита. Докато предишните управляващи трябваше да използват тези активи за осигуряване на икономически растеж, но не го направиха. Най-тревожното

за България в момента е нарастването на междуфирмената задлъжнялост. В такава среда ние търсим и работим в „отпушвания" – или финансираме кредиторите на наши длъжници, или кредитираме тези, които са купувачи на продукцията на наши длъжници. Търсим начини да намаляваме рисковете и да ги разпределяме върху по-голям обем от фирми, макар и в някаква степен свързани помежду си. Търсим крайния изход там, където стоката преминава в другата си същност – парите.

- Какви са очакванията ви за 2012 г., ще се задълбочи ли кризата?

- Не съм оптимист. Ситуацията е крайно неблагоприятна навсякъде по света. И това неминуемо ще се отрази и в България. Ние не трябва много да разчитаме на еврофондовете. В общи линии ще трябва да се справяме сами. Имаме шансове, страната остава сред най-стабилните поне като бюджетна макрорамка и като степен на задлъжнялост. Държавата може да привлече ресурс. Но трябва да прецени, ако има задлъжняване, то какви приходи ще донесе в икономиката. Тази криза обаче изигра и положителна роля в българската икономика. Защото помпането на този балон предизвикваше огромен хроничен дефицит на текущата ни сметка, което е най-опасното за държави с малък пазар като България и малък експортен потенциал. Сега този дефицит е смачкан до неузнаваемост. Тогава беше най-големият риск от девалвация на лева, имаше дори такива настроения. В България са влезли 8 млрд. евро през чуждите банки, повечето от кредитите, поне половината, са отпуснати в 15-25-годишни срокове. Това влияе на платежния баланс на страната. И е опасно, защото това са горещи пари. Не съм против чуждите преки инвестиции, но подобен тип финансиране води до раздухване на вътрешното потребление над възможностите, които самата икономика създава за натрупване на доходи, и е вредно.

- Води се сериозна дискусия за бъдещето на Европа и еврото. Ще оцелее ли?

- В условията на световна криза Европа си има своите системни проблеми. Не са еднозначни очакванията за развитието на кризата. Проблемът не е в решаването на нещата днес. Въпросът е кой какво губи, защото трансферът на всички загуби от суверенния дълг към банките е бумеранг, който удря обратно икономиката. Тези банки, натрупвайки загуби и провизии, освен че трябва да търсят капитализация, а откъде – не е много ясно, те ще бъдат още по-рестриктивни в момент, когато трябва да дадат тласък на ново потребление. Това е почти омагьосан кръг. В момента слабите звена на Европа са страните с висока задлъжнялост. Но точно те са били основните пазари на продукцията на големите производители – главно Германия и Франция. Така че в момента немските и френските производители също са засегнати. Предстоят промени и в силно развитите държави. А това вече е опасно. Системната грешка на Европа е, че начинът на разширяване беше прекалено политизиран и не беше стъпил на здрава основа. Можеше да се мине през по-палиативен вариант, като асоцииране. Когато говорим за система, трябва да изключим факторите, които водят до разпадането ѝ. А ние не ги изключихме. В съюза влязоха страни с много различно ниво на развитие, вкараха ги дори и в единна валутна система. Разликата между една Унгария и Румъния и страните с евро е, че голямата диференциация в развитието води до девалвация на националната валута, което е първият сигнал и той задейства предпазни механизми. В случая на Гърция – там има единна валута, няма предпазен механизъм. Но се чудя защо толкова време спокойно се е наблюдавало това огромно свръхзадлъжняване, то не е станало за един ден, и защо е допуснато? Системата не беше изградена като система. Тя вместо да развива предимствата на страните и да формира предимства на системата към трети страни, на практика доразви предимствата на най-силните страни спрямо по-слабите в ЕС. И в момента се разглеждат всякакви концепции, най-вероятната е търсене на някакъв баланс между степента на развитие, общоевропейските ценности, които да се изразят в страни с по-дълбока и по-слаба интеграция, възможности за регионална кооперация и сътрудничество. Нещо в такава посока. Но във всички случаи за мен е важно Европа да оцелее. Но е невъзможен сценарият за федерална Европа, защото смятам, че моментът е крайно неподходящ. Той беше изпуснат, когато Европа вървеше нагоре. Но не виждам драма с еврото. Авторитетът на тази валута беше изкуствено напомпан, то тръгна от курс 0,80 долара. Сега е 1,30. По-слабото евро дори ще има стимулиращ ефект за европейския износ.

- На фона на проблемите пред европейските банки нашата система изглежда доста стабилна. Очаквате ли разместванията на пазара – по-малките да потърсят подкрепа от по-големи партньори, навлизане на чужди играчи?

- Българската банкова система работи при далеч по-рестриктивни

условия, и то от години, отколкото европейските и световните банки, и това я е предпазило до голяма степен от проблемите, които те имат. На второ място, при нас нямаше онова свръхраздухване на експозиции от деривативи и други инструменти, които не са свързани с реално движение на пари, както при големите инвестиционни банки по света. Естествено сливания , поглъщания, преразпределение ще има. По-скоро очаквам банките, опериращи у нас, чиито майки са по-силно засегнати, да намалят своята активност. Излаз към на българския банков пазар като плацдарм за Европа търсят редица банки от страни извън ЕС – Русия, Арабският свят, Китай дори. И ако нещо мога да прогнозирам, то е ускоряване на такива процеси. Защото моментът е благоприятен за тези играчи, при една по-силна Европа те никога не биха могли да стъпят тук.

- Защо банките винаги са лошите? Преди бяха виновни за силния кредитен ръст, сега не кредитират…

- Банките не са дом за социално слаби. Ако държавата има пари, нека ги предоставя. Банките работят на пазарни условия. Ясно е, че са лоши. Те дори като си искат парите, които са дали, пак се оказва, че са лоши. Сякаш банките са длъжни да губят. Напротив, те трябва да печелят, защото тогава се капитализират и имат по-големи възможности. Няма сериозен проект, който да не е финансиран. Не може сега да се финансира строителство. Няма пазар, няма продажби. 60% от исканията, които идват в банката, са все от този тип – строителство. Някой закъсал, недостроил. Отхвърляме ги. Това не означава, че банките са лоши. Ето ви пример – държавната ВМЗ-Сопот, която е пред фалит, но я финансираме, защото виждаме потенциал. Тя може да направи определена сделка и моят риск е приемлив. Аз нося отговорност за всички пари, които съм привлякъл. А държавата може да изпълнява други функции, ако има средства и желание да следва някаква политика, да дава нисколихвени кредити. Не може да се говори за общо кредитиране на малък и среден бизнес като за ширпотреба. Ние сме „по поръчка на клиента", както се казва. За мен няма малка и голяма фирма. Когато тя дойде тук, колкото и да е малка, гледам казуса и шия дреха по този казус. Нямам скоринг система за оценка според служителите, оборота. Истина е обаче, че в момента добрите проекти и фирмите с възможности намаляват и са все по-малко. И това е проблем. Ние също се оглеждаме за кредитополучатели, защото нарастването на активите ни изисква да разширим кредитния портфейл. Имаме много сериозен ръст на активите – на годишна база 65%. И търсим проекти, не отказваме нищо, което е разумно. Но упражнения от всякакъв характер или спасяване на мъртвец с изкуствено дишане, не става.

- Споменахте увеличаването на междуфирмената задлъжнялост. Очаквате ли фалитите на фирми да продължават?

- Очаквам, за голямо съжаление. А това води до други неблагоприятни последствия – политическа несигурност, социално напрежение, стачки..

- До каква степен обаче може да се меси държавата и каква политика очаква бизнесът от нея, за да е по-лесно преминаването през кризата?

- Ролята на държавата е многопосочна. В депресии като сегашната държавата винаги е най-големият предприемач. Тя дава онзи тласък за индукция на последващи потребности. Виждам, че се правят неща в това отношение, но големият проблем остава това, че все още нямаме достатъчно европейски средства. В условията на бюджетен дефицит ролята на държавата е

Виолина Маринова: Формулата на успеха е екипност и позитивност

Виолина Маринова е главен изпълнителен директор на Банка ДСК. Тя получи специалната награда на списание „Икономика" за бизнес лидер в управлението

- Г-жо Маринова, какво означава за вас специалната награда на сп. „Икономика"?

- Приемам наградата по повод 60-годишния юбилей на Банка ДСК и моето присъствие в нея. От години управлявам тази банка, която от традиционна във времето се превърна в модерна кредитна институция. С ДСК са свързани много поколения българи, тя е част от българската

ограничена, което не означава, че не трябва да се търсят възможности. Има форми за насърчаване на износа, насърчаване на чужди инвеститори, които обаче влагат в нещо, което да носи доход в България.

На нас непрекъснато ни се държи сметка къде ползваме т. нар. европейски пари. А аз твърдя, че България е нетен спонсор на Европа. Ние кога сме се поинтересували къде са отишли нашите пари от фиксираната ни вноска в ЕС? В Гърция ли отидоха? Ако Гърция ще ги връща, например, ние какво ползваме от това нещо? И другият голям проблем е, че в Брюксел си създадохме лошо име, „български синдром". Най-много сигнали срещу България идват от България. Онзи вик, в който българите сами се топят в казана на ада, е емана-ция на българската душевност и манталитет. Но в тази насока ролята на държавата е комплексна и трябва да се търси. Не може да се вдигнат ръце и да се каже – каквото реши пазарът. Пазарът не е в състояние, той е умрял, то се вижда. Банките не могат да финансират трупове, защото те самите се унищожават и това е омагьосан кръг.

- Как ще дойде оживлението в икономиката тогава?

- По няколко линии. Но ще е бавно и мъчително. Очаквам все пак интерес от чужди инвеститори от трети страни, извън ЕС и в крайна сметка и по отношение на държавата по-активна роля за стимулиране на основни инфраструктурни проекти. Няма какво друго да прави тя, но поне тези основни проекти. Те, макар и с определен времеви лаг, ще индуцират едно по-широко потребление. Защото износът трябва да бъде гъвкав и да търси трети страни. Европа като пазар в следващите години е изчерпана и трябва да очакваме дори намаляване.

- КТБ е публично дружество. Напоследък е „модерно" родни фирми да търсят излизане на чужди капиталови пазари. Предвиждате ли такава стъпка?

- Към днешна дата не, защото виждате какъв е ефектът от търговията на фондовите пазари. По принцип КТБ има силна концентрация на собствеността. Аз притежавам около 60%, 30% имат моите партньори от Оман, 2,5% имат „Дженерали" и само 5-6% се търгуват свободно. При такъв нисък процент борсата не е водеща. Нямаме интерес от излизане на чужд пазар. Развитието на КТБ за мен минава през утвърждаване на нейната роля в стратегическите отрасли на българската икономика.

- А как виждате да се развива българският капиталов пазар, дали ще се случи да мине под „шапката" на по-голяма чужда борса?

- Песимист съм по отношение на българския капиталов пазар, за голямо съжаление, и не виждам в сегашните условия светъл лъч.

банкова система, а ние допринасяме за нейната стабилност и доверие.

-Има ли формула на успеха за бизнес лидер като вас, който управлява една от най-големите банки в България?

- Формулата на успеха е винаги да гледаш напред и никога да не се предаваш пред трудностите. Да бъдеш много внимателен, добронамерен, позитивен и да работиш в екип с хора, които ти вярват. Заедно можем да постигнем всички цели, към които се стремим. Според мен формулата на успеха е екипност, комуникативност, позитивност. Това са основните качества, които всеки един мениджър трябва да притежава. Да бъдеш строг, но едновременно с това справедлив, в отношенията си с хората.

- Времената са трудни, но какво да очакват клиентите от институцията, която управлявате?

- Банка ДСК е стабилна, с висока капиталова адекватност и ликвидност, което означава, че ние ще продължим да работим както досега, ще развиваме и предлагаме нашите продукти и услуги на клиентите. Разбира се, ще ги разнообразим с нови съвременни технологични решения, защото това е бъдещето. Не мисля, че заради сериозната дългова криза в момента трябва да се отчайваме и предаваме. В България макроданните са доста по-добри, отколкото в страните в Западна Европа. Трябва да бъдем гъвкави и адаптивни, защото животът продължава. Трудности е имало, има и винаги ще има, но това е предизвикателство към всеки от нас.

- Подготвяте ли приятни изненади на клиентите на Банка ДСК?

- Не бива да забравяме, че в момента хората са доста предпазливи. Забелязвам го в търсенето на кредити както от физически лица, така и от корпоративни клиенти заради икономическата ситуация. Съществува голяма доза неяснота и неизвестност от бъдещето. Четем анализи, които в някаква степен си противоречат. Какво да очакват клиентите от банката - всичко, което предлагаме, е на тяхно разположение. Предоставяме цялата гама за банкиране - финансиране, депозитни продукти, банкови карти, както и по-съвременни форми на разплащане, които ще запазя в тайна, защото искам да са изненада за клиентите.

Кирил Домусчиев: България може

Кирил Домусчиев е съсобственик на „Биовет“, „Хювефарма“ и Параходство „Български морски флот“. Той получи наградата „За принос в развитието на индустрията“

- Господин Домусчиев, колко е „тежка” наградата?

- И без кавички тя е доста тежка. По време на фотосесията след награждаването всеки от отличените го заболя ръката. Всеки се радва, че след толкова години в бизнеса е заслужил признание. Но от друга страна, наградата задължава да защитаваш името на „Мистър Икономика”.

- Как един „Мистър Икономика” се почувства на следващия ден на работното си място?

- Като всеки ден – без да усещам как времето минава.

- Какво трябва да се направи, за да може българската индустрия да е фактор на външните пазари?

- Това е много дълга тема. На среща с общото събрание на КРИБ премиерът успя да сподели някои интересни идеи, които правителството обмисля. Предстои управляващи и представители на индустрията да очертаят мерките, които да се вземат, за да може предприятията да работят и

Стоян Мавродиев: Ние сме омбудсман в сферата на

Стоян Мавродиев е председател на Комисията за финансов надзор. Той получи наградата „За принос в развитието на финансовия сектор“

- Г-н Мавродиев, с какви постижения може да се похвали КФН?

- След промените в Закона за КФН преди година и половина създадохме звено за защита интересите на потребителите. Този сектор е от първостепенна важност за всяко развито общество, особено когато се касае за финансови услуги, които са достатъчно сложни по своя характер. Необходимо е да има надзорен орган, който да наблюдава и да се грижи за интересите на потребителите, които в лицето на КФН могат да намерят защитник на правата си. Клиентите на небанковия финансов сектор нямат възможностите на бизнеса, който действа чрез асоциациите си, така че ние се явяваме като омбудсман в сферата на финансите.

Едно от най-големите постижения на КФН е, че успяхме да запазим стабилен небанковия финансов сектор. Няма катаклизми, няма значими проблеми, без да смятаме всекидневните, с които се справяме като част от регулаторната ни дейност, а това е много важно в ситуацията на сериозна световна финансова криза.

Доста активно участваме в обсъждането на нормативни актове в европейските регулаторни органи, които функционират от 1 януари 2011 г. Тази наша дейност носи директни ползи за България. Отстояваме категорична позиция против данъка за финансовите транзакции. Ние се обявихме против него в защита на интересите на потребителите, които ще спечелят, като плащат по-ниска цена за финансовите услуги.

- Какъв друг принос има комисията?

- Смятам, че КФН, като независима институция, има пионерска роля в изпълнение на туининг проекти в съседни държави в Западните Балкани, на които предава своя опит и така създава добър имидж на България. Това е в полза за репутацията на нашата страна, а ние като своеобразни посланици, показваме, че притежаваме професионализъм и капацитет, който помага за по-бързата им интеграция в ЕС.

Финансовият министър, управителят на БНБ и аз като председател на КФН, формулираме и много важни позиции по цялостната макроикономическа стабилност на страната по редица ключови въпроси в Съвета за финансова стабилност.

- Кои са предизвикателствата пред КФН?

- Предизвикателствата са много и засягат съществуващата регулаторна рамка. Стремим се да усъвършенстваме законодателство с нормативни актове, които парламентът да приеме, защото от тяхното качество зависи стабилността на финансовия пазар. Нашата роля е да защитим потребителите като част от процеса на запазване на макроикономическата стабилност. Правим предложения в Консултативния

да е икономически тигър

да осигуряват максимални приходи най-вече от износ. Те са свързани с образованието и качеството на кадрите, с политиката в енергетиката и създаването на условия, които да ни направят конкурентоспособни. Ако се работи правилно, България може да стане като „азиатски тигър". Две от основните индустрии, в които с брат ми инвестираме – биотехнологии и шипинг, са 99,9% експортно ориентирани и дори в кризата всяка година имаме растеж от 15-20%.

- Можем ли да ги стигнем азиатските тигри без активната подкрепа на държавата?

- Не би могло! Погледнете нашата съседка Турция, която е с бърз растеж – там държавата има активна роля, както силна подкрепа дава държавата на всяка от икономиките на страните от БРИК – Бразилия, Русия, Индия и Китай. Има ясни сигнали, че българското правителство иска да се вслуша в гласа на бизнеса, но мерките са въпрос на време. Доволен съм от реформите, които започват, макар и да са принудителни. Това ще е добра основа за развитието на икономиката.

- Една „Хювефарма" пролет не прави. Как да се създаде работеща промишленост?

- Трябва да има повече предприемачи като нас, които с разумен риск да развиват нашата икономика.

- Откъде капитали?

- Преди 20 години не съм имал големи средства. Много пъти съм рискувал, осигурявал съм пари от банки, както и други инвестиции, за да осъществя плановете си.

- Какви желания ще отправите към „Златната рибка"?

- Първото е да работим в добра бизнес среда и индустрия и индустриалец да не са мръсна дума, а да създават уважение и респект. Второто е да намираме хора, с които в екип да постигаме висок финансов резултат на нашите предприятия, а и партньорите ни да са успешни и здрави, тъй като зависим от тях. Трето, през 2012 г. да осъществим замислените проекти.

- А в личен план?

- Очаквам съпругата ми да роди две близначета, което наред със здравето е най-важното за мен.

финансите

съвет за финансова стабилност за реформи в небанковия сектор, с които се надяваме да се подобри бизнес средата. Стремим се да прилагаме добри практики, за да се усъвършенстват финансовите продукти. Например в сферата на осигуряването предстои активна работа по законопроекта за въвеждане на мултифондовете, с който ще разнообразим пенсионния пазар.

Милена Драгийска е управител на "Лидл". Тя получи приза, с който марката „Лидл" бе отличена „За принос в развитието на земеделието и храните"

Милена Драгийска:
Потребителите са мотор на икономиката

- Госпожо Драгийска, „Лидл" е само от една година на българския пазар. Как успя да хване „Златната рибка"?

- „Лидл" изненада приятно бизнес средите и потребителите. Внесохме иновации в маркетинговия подход, в редица инструменти за печелене на клиенти, а също в прозрачността на цени и качество. Нашата откритост в поведението, комбинирана с много работа, не остана незабелязана и от експертното око, и от масовия потребител. Така грабнахме „Рибарят и златната рибка".

- Какво си пожелахте да изпълни „златната рибка"?

- Това да не е единственият голям приз на „Лидл" в България, а да успеем да оправдаем доверието, което ни е гласувано. То е дълг, чест и отговорност!

- Каква е преценката ви за българския пазар?

- Той не е никак лек и поради ниската покупателна способност на населението, и поради високата конкуренция.

- Как тогава постигате добри финансови резултати?

- Чрез повече удовлетворени клиенти! Предлагаме високо качество на достъпни цени, а при висок оборот да се постигат добри финансови резултати е въпрос на финансова дисциплина, на висока продуктивност в цялата организация.

Милена Драгийска и Любомир Хърсев получиха наградата за „Лидл“

- Ситуацията на световните пазари безпокои ли ви?

- Смятам, че не бива да се изпада в паника, след като всички бяха свикнали на голям бум и на голям балон. Според нас е важно силата на разума да е насочена към разходите, към инвестициите и маркетинговата политика. Не бива в нито един момент да се отпускаме твърде много. В сегашната ситуация не може да важи нищо друго освен затягане на коланите. Всяко зрънце от организацията трябва да бъде смислено ръководено.

- Как да бъде стимулирано вътрешното потребление?

- Не може да очакваме, че психологията ще бъде преборена, като кажем: „За бога, братя, купувайте!” Хората действат рефлекторно. Те слушат, че идва криза, и заделят бели пари за черни дни. Трябва да се убедят, че от това няма голям смисъл, което значи банките да не предлагат атрактивни лихви за спестовниците. Така те ще предпочетат да ги вложат в бизнес, да купят нещо, да отидат на почивка… Хубаво е да си пестелив, но е добре да съзнаваш, че ти самият като потребител си мотор на икономиката.

- Какъв мотор ще е „Лидл” за българските производители?

- Добре дошли при нас са производителите, които доставят постоянство в качеството и имат капацитет за обемите, от които имат нужда модерните търговци, към които се числим и ние. И ако продължим да предлагаме добри стоки на цени, достъпни за българския потребител, той ще бъде активен консуматор.

- Но производителите се оплакват от непосилните такси и високата летва, която трябва да прескочат, за да присъстват във веригите?

- Ние държим на качество и обеми. „Лидл” няма участие в историята на взаимоотношенията между вериги и доставчици. Каквито и негативни практики да са се натрупали преди появата ни, ние не желаем да ги коментираме.

Данчо Данчев:
Отлепваме се от дъното

- Г-н Данчев, работите в сектор, който в голяма степен понесе трудностите на кризата. Как се справяте и какви са перспективите в застрахователния бизнес?

- Застраховането и сега продължава да понася негативите на кризата, но може би ще съм един от малкото, който ще каже, че тя донесе повече разум в мисленето и поведението на участниците на пазара. Почти всички компании понесоха загуби, а това доведе до промяна в поведението на голяма част в мениджмънта и по-премерено предлагане на бонуси, отстъпки и по-ниски тарифи, както и преразглеждане на общите условия на застрахователните продукти. Според мен застрахователният бизнес е най-големият на пазара на финансови услуги в света и мисля, че кризата на 100 процента подобри мисленето на акционерите и мениджмънта в него. Сега ще има повече последователност, гъвкавост и принципност в действията. Смятам, че в нашия сектор кризата вече е достигнала дъното и сега се отлепваме от него.

- Какво е за вас наградата „Мистър Икономика”?

- Тя е признание преди всичко за гилдията.

- Ще има ли промени в политиката на ЗАД „Виктория”?

- В дружеството винаги сме били консервативни и последователни. Инвестираме в хората и на десетата година това дава резултати.

- Кои са предизвикателствата пред застрахователния бизнес?

- През тази година предизвикателството беше имплементирането на новата електронна система за издаване на полицата „Гражданска отговорност”, която изчисти доста от сивия сектор и най-вече хората без образование. Не мога да ги нарека дори посредници, въпреки че продаваха полици за милиони. През следващата година, заедно с Комисията за финансов надзор, имаме за цел да довършим промените в Кодекса за застраховането и да отдадем по-голямо внимание на животозастраховането.

Данчо Данчев е председател на управителния съвет и изпълнителен директор на ЗАД „Виктория“ и председател на Асоциацията на българските застрахователи. Той получи наградата „За принос в развитието на услугите и търговията“

Кароли Саш: Политиците ще намерят изход от кризата

Кароли Саш е председател на унгарския орган за финансов надзор (HFSA) от 1 юли 2010 г.: Това е втори мандат за него, след като икономистът оглави HFSA след създаването му през 2000 г. за четири години. Кариерата на д-р Саш минава през редица банкови институции, сред които Konzumbank, Централноевропейската международна банка (CIB), HypoVereinsbank Hungaria Rt. Бил е главен съветник на председателя на OTP Bank и създател на OTP Banka Srbija. Завършил е Университета по икономика в Будапеща през 1981 година. Семеен, баща на 4 деца. Той беше специалният чуждестранен гост на наградите „Мистър Икономика" 2011и връчи приза за принос в развитието на финансовия сектор.

- Г-н Саш, имате солиден опит в банковия сектор. Като експерт какво е мнението ви за банковия сектор в Унгария, след като Мудис (Moody's) понижи кредитния рейтинг на страната до „спекулативни инвестиции" с отрицателна перспектива?

- Като цяло унгарската банкова система е доста стабилна, добре капитализирана, с добра ликвидност и управление. Но за съжаление заради доста ниското ниво на печалба все по-трудно става да се набират средства, за да се поддържат и подобряват капиталите на банките. Това се случва заради финансовата и икономическа криза, която поставя голямо предизвикателство пред всички нас. В момента ние търсим начини да подобрим и стабилизираме системата, за да бъде по-устойчива на удари в бъдещето.

- Как оценявате състоянието на България и нашата банкова система в кризата?

- Длъжен съм да отбележа, че банковата система в България е много по-добре капитализирана от унгарската. Вашите банки изискват поддържането на по-големи минимални задължителни резерви, което дава възможност да абсорбират повече и различни рискове. Това, от една страна, е добре. Но от друга, не толкова, защото натоварва финансовите институции с голямо бреме и пречи на тяхната конкурентоспособност спрямо банките в другите държави. Унгария много внимателно следи какво е състоянието на финансовата система в България, защото OTP Bank е собственик на един от най-големите български трезори, който към днешна дата се превърна в най-печелившата банка в структурата на OTP. Българската Банка ДСК се развива отлично и успя да изпревари дори новосъздадената в съседна Сърбия OTP Banka Srbija. Там трябваше да направим една действаща структура след сливането на няколко по-малки банки. Интересите на Унгария към Балканите като цяло е огромен, защото ние имаме собственост тук, от която искаме да печелим.

- Европа изпитва много сериозни затруднения. Ще намери ли сили да се справи?

- Бих казал, че ситуацията в Европа е доста подобна на тази в Унгария. Може би с тази разлика, че в Унгария нито една банка не беше подкрепена от държавата и нямаше принудителни сливания в сектора или специални мерки за управление на кризата заради вложено положение на някоя търговска банка. Това се отнася и за дъщерните дружества на чуждестранните банки, опериращи в Унгария. Случи се така, че някои „банки-майки" получиха държавна подкрепа от съответните правителства, но местните дружества останаха стабилни.

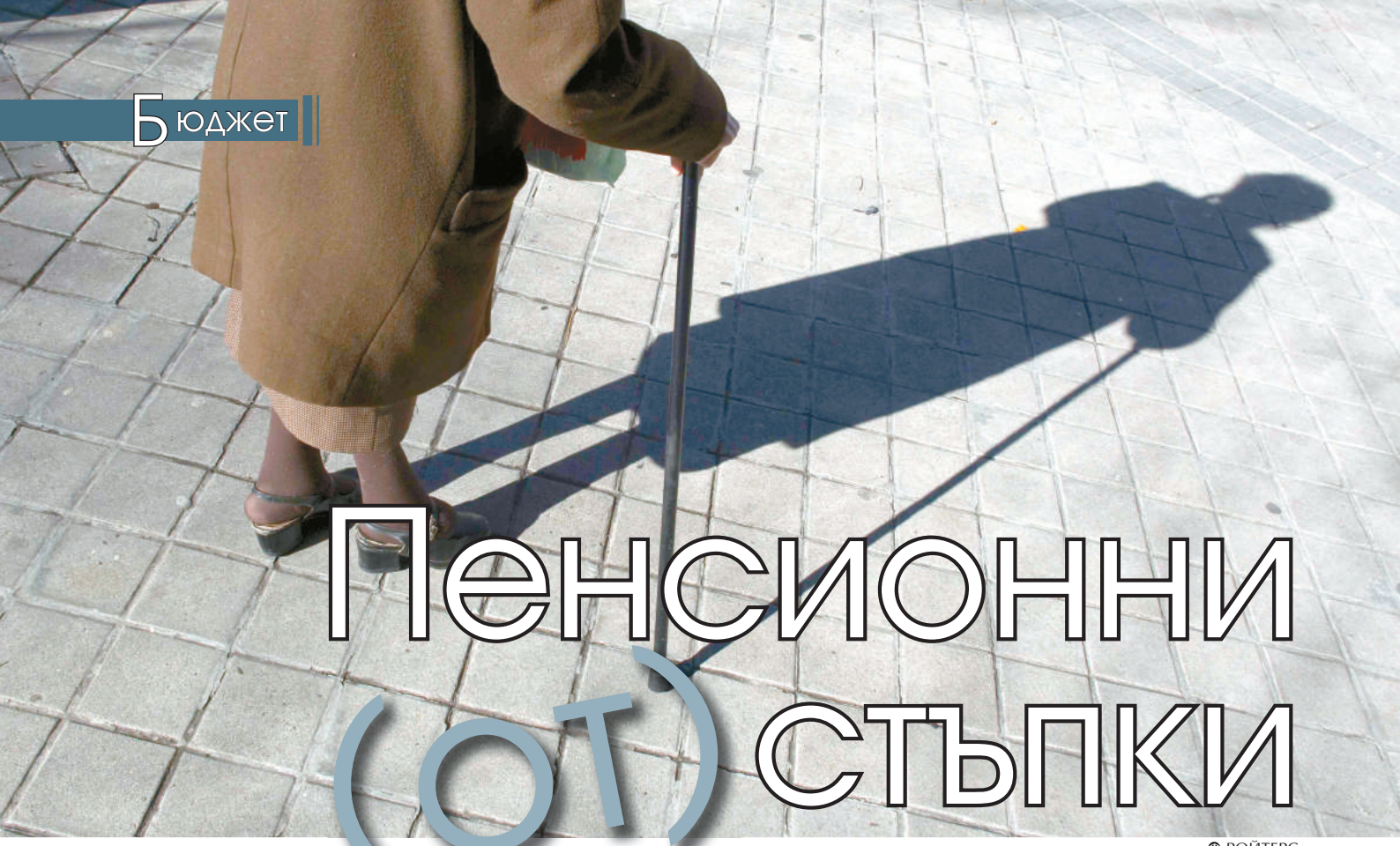
- Как виждате бъдещето на единната европейска валута и еврозоната?

- Не знам със сигурност какво ще се случи. Но аз съм оптимист и мисля, че в ситуация на криза политиците ще се сплотят и намерят най-правилното решение да запазят еврозоната. А това безспорно означава, че и еврото като валута ще оцелее.

- Икономическата криза удари много сериозно капиталовия пазар в глобален мащаб. Ще се възстанови ли скоро той?

- Ролята на капиталовия пазар ще се увеличи. Опитът ми показва, че мерките, които сега се предприемат, за да бъдат засилени финансовите институции, ще направят по-труден достъпа до дългосрочни банкови услуги. Това означава, че капиталовите пазари ще се превърнат в алтернативен източник на финансиране на икономиката. В Унгария, както и в България, капиталовият пазар не е така развит като в старите демокрации в Европа. Това е така заради приватизацията, която направихме след 1990 г. Тя не премина през фондовата борса, за да бъдат привлечени чуждестранни финансови инвеститори. По този начин най-важните унгарски предприятия, които бяха купени от чуждестранни инвеститори, бяха листвани на чужди фондовите борси. Всъщност унгарците по принцип предпочитат да инвестират спестяванията си в банкови депозити и краткосрочни книжа, отколкото в дългосрочни облигации. За да променим тези нагласи, ни трябва време и доверие между емитенти и инвеститори.

Страниците подготвиха
ТАТЯНА ЯВАШЕВА,
ПЕТЯ СТОЯНОВА
и АНТОН АНДОНОВ



Пенсионни (от) стъпки

© РОЙТЕРС

Недостигът в НОИ затруднява баланса в сметките на хазната

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Ако имаше уред, чиято скала да отчита напрежението при обсъждането на най-важния финансов закон на държавата за 2012 г., през последните седмици можеше да достигне своя максимум. Бюджетът за догодина надмина по драматизъм всички дискусии от предишни години за разпределянето на публичните финанси. Недоволството от недостига на държавните пари ескалира и няколко важни сектора на стопанството започнаха активни протести.

Синдикатите почти демонизираха финансовия министър Симеон Дянков в преговорите за пенсионната възраст заради пробойната в Националния осигурителен институт. Наложи се премиерът Бойко Борисов специално да разясни, че грешките в пенсионната система имат 20-годишна давност. Той публично подкрепи проекта за пенсионна реформа, предложен от вицепремиера и подкрепен от ГЕРБ. „Много разчитам на синдикатите да не прекаляват с дърпането на дявола за опашката, защото и те самите няма да могат да контролират ситуацията после", коментира Борисов.

На червено

Цифрите в сметките на синдикатите за вдигането на пенсионната възраст и в разчетите на финансовия министър се различават съществено. Въпреки записаните през миналата година срокове и ангажименти за стъпките в пенсионната реформа управляващите рязко сменяха посоката по време на преговорите в Съвета за тристранно сътрудничество. Според президента на КТ „Подкрепа" Константин Тренчев причината е увеличаващият се дефицит в НОИ. Синдикатите са на мнение, че недостигът на средства за социални плащания може да започне да намалява по много начини. „Един от тях, който носи много малък приход, е вдигането на пенсионната възраст. При увеличение с четири месеца ползата за бюджета ще е 8 млн. лв., а само от едно вдигане на максималния осигурителен доход, от т. нар. таван в хазната ще влязат над 120 млн. лв.", пресметна Тренчев.

Кой смята по-добре

Въпреки увеличението на възрастта за пенсиониране с по

Недоволство в третата възраст

Изискването за по-висока възраст ще попречи на 10 500 души да се пенсионират догодина. Това ще са жените, родени в периода септември - декември 1952 г., и мъжете от същите месеци на 1949 г. През 2012 г. те няма да могат да наваксат отлагането на пенсионирането с четири месеца и ще трябва да работят и през 2013 г. Сметките показват, че само от вдигането на възрастта през следващите шест години (до 2017 г.) разходите на НОИ за пенсии ще намалеят общо с 300 млн. лв.

четири месеца още от догодина държавата ще продължи да налива пари от данъци в НОИ, за да дофинансира плащането на пенсии и през следващите 30 години. Това ще се случи въпреки всички мерки на ГЕРБ, включително ограничаване ръста при парите за старост. Според дългосрочната прогноза на института в периода 2018-2020 г. дефицитът ще се свие до 0,1% от БВП, но след това пак ще започне да се увеличава. Очаква се през 2040 г. той да достигне 0,3% от БВП. „Дефицитът ще бъде в малки и поносими граници, но трудно може да се говори, че ще се постигне пълен баланс между приходи и разходи", обяви управителят на НОИ Бисер Петков, след като бюджетната комисия в парламента одобри бюджета на общественото осигуряване за 2012 г. Дефицитът в осигурителната система догодина ще е 1,9 млрд. лв., което е 2,4% от БВП, показват разчетите на осигурителния институт. Увеличението на пенсионната възраст с четири месеца от 2012 г. ще спести на НОИ 30 млн. лв. Средствата обаче няма да са достатъчни дори за допълнителните разходи за ръста на минималната пенсия до 145 лв., които ще струват 42 млн. лв. от 1 юни до края на следващата година.

Противстатуквото

„Промените в пенсионната система, които предлага правителството, имат икономическа алтернатива. При решителни действия в правилната посока няма да се наложи прилагането на такива драстични мерки", твърди проф. Чавдар Николов, икономист и декан на Стопанския факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски". Според него Симеон Дянков и правителството на Борисов „сърбат попарата", която бе „надробена" в последните десетина години от икономистите на много партии. „Трябва да се има предвид, че само преди шест месеца беше договорено нещо съвсем различно", напомни Николов. По думите му преди доста години у нас започна намаляване на осигурителните вноски, които от 30% стигнаха 18% в момента. „Тази тенденция обезсмисли функционирането на НОИ, защото той стана зависим от държавния бюджет и от субсидия, която държавата не може да му даде. По времето на Тройната коалиция, която не е пример на управление, преразпределението на база бюджетни приходи беше 41 – 42%, а сега е доведено до 34%. Последователно се демонтират и последните остатъци от някаква социална държава, а това с пенсиите не е случайно, но движението не е в правилната посока", категоричен е проф. Чавдар Николов.

Ключови елементи на реформата

- ✓ **Ограничаване на дефицитите в НОИ - от 2017 г.**
- ✓ **Премахване на всички елементи на социално подпомагане от осигурителната система**
- ✓ **От 2012 г ще се изплаща само „заработената" пенсия. Ако тя е по-ниска от гарантирания минимум, разликата ще се изплаща от държавния бюджет чрез фонд „Пенсии, несвързани с трудова дейност", но на базата на подоходен тест**
- ✓ **Създаване на електронно осигурително досие**
- ✓ **Премахване на тавана на пенсиите – от 2014 г.**
- ✓ **Отчитане на стажа/точките при преизчисляване на пенсиите**

Заложници на системата

Администрираната от НОИ система е разходопокривна. Това предполага, че плащанията от системата на пенсии, обезщетения и парични помощи трябва да се финансира от осигурителни вноски. На хората може да им изглежда, че те са високи, но ако само с осигурителни вноски трябва да се покриват социалните разходи, вноските трябва да нараснат чувствително. В системата се генерира дефицит и този недостиг трябва да се покрива със субсидия от държавния бюджет. Неблагоприятната тенденция е, че дефицитът расте, което води до увеличаване на осигурителните вноски (мярка, която вече беше приложена в началото на 2011 г.), или до ограничаване в правата на достъп до плащания (промяна на параметрите за получаване на пенсии). Според управителя на НОИ Бисер Петков сега се променят условията за придобиване право на пенсия. Ако актюерските разчети се гласуват, ще има плавно повишаване на възрастта за пенсиониране и промяна във формулата за индексиране. Ще отпадане също така предвиденото еднократно увеличаване и тежестта на осигурителния стаж във формулата за изчисляване на вече отпуснатите пенсии. До 2018 г. мерките в средносрочен и до 2040 г., в дългосрочен план, трябва да постигнат съществено намаляване на дефицита в осигурителния институт.

ВЛАДИМИР МАЛЧЕВ,
управител на
ИП „Бултренд Брокеридж”

И пускането на акции от енергийните компании няма да е в състояние да раздвижи борсата

Отложен

Българска фондова борса изпрати поредния си тъжен месец за тази година. Нещо повече, картинката за инвеститорите в български акции става все по-зловеща – все по-ниска ликвидност, все по-ниски дъна за борсовите индекси и повечето корпоративни акции. Все по-трудно е да се продаде дори и малък пакет акции на много компании, без да се свали цената им драстично, понякога с двуцифрени проценти.

Представителните индекси SOFIX и BGTR30 се понижиха, съответно с 9.6 и 11.3%. В бенчмарка SOFIX нямаше нито една поскъпваща акция, докато в по-широкия BGTR30 имаше само една печеливша позиция – „Еларг фонд за земеделска земя” АДСИЦ. Това беше и най-търгуваната емисия в широкия индекс с месечен оборот от близо 1.5 млн. лева. Пазарната оценка на компанията, която инвестира преимуществено в земеделски земи, се повиши за месеца с 8.6% до 45.4 млн. лева. Причината за поскъпването на книжата на „Еларг” беше обявеното намерение на Съвета на директорите на компанията да предложи на акционерите доброволна ликвидация на фонда. Това е сила и добре мотивирана идея, тъй като към настоящия момент нетните активи на фонда надхвърлят значително пазарната оценка на акция. Според последната изготвена пазарна оценка на инвестиционните имоти на фонда при изготвянето на годишния финансов отчет те са на стойност 106.5 млн. лева, т.е. ако активите се продадат в момента и се покрият задълженията, за акционерите ще останат за разпределяне минимум двойно на сегашната пазарна цена или около 1.50 лева за акция. За да придобие по-точна представа читателят, ще кажа, че основният актив на „Еларг” – земеделската земя, е оценена на около 349 лева за декар, а фондът продава през годината на цени по-близо до 500 лева на декар, така че и въпросните 1.50 лева за ликвидационен дял на акция могат да се окажат песимистичен сценарий. Въпреки това инвеститорите на БФБ продължават да търгуват акциите на „Еларг” за около 75 стотинки за брой, което за пореден път показва, в колко неадекватен пазар се е превърнала Българска фондова борса и колко далеч от реалността са се откъснали родните инвеститори, в т.ч. професионални и институционални играчи, които трябва да са основната движеща сила на един пазар.

Другото основно събитие за месеца беше листването на една от големите български корпорации – „Софарма”, на Варшавската фондова борса. Това е първата голяма публична компания, която стъпва на един от най-бурно развиващите се капиталови пазари в Европа и света, като вероятно скоро ще бъде последвана и от „Еврохолд България”, чиито акции бяха регистрирани за търговия във Варшава на 29 ноември. Вероятно търговията с тях ще започне до 1-2 седмици. В стратегическите планове на още няколко водещи борсови компании е листване в Полша, тъй като кризата на БФБ не дава адекватна оценка на бизнесите им, не позволява бързо и лесно излизане от инвестицията и най-важното борсата в София вече не може да бъде използвана за финансиране на бъдещи инвестиционни проекти. Става въпрос за Каолин, Монбат и Енемона.

Вероятно в очакване на стъпването на полския фондов пазар, акциите на „Еврохолд България” също се търгуваха много активно през месеца, като през по-голямата част от него те дори регистрираха покачване, което достигна до 1.38 лева за брой. През последната седмица обаче купувачите, изглежда, останаха без патрони и цената рязко се понижи до 1.15 лева за брой, което е месечен спад от 5.74%. Сред най-търгуваните акции бяха още тези на Фонд за недвижими имоти България, Софарма и Адванс Терафонд.

Месецът ще се запомни и с провала на увеличението на капитала на „Доверие обединен холдинг”. Инвеститорите, включително големите акционери около групата на „Софарма”, отказаха да запишат акции с емисионна стойност от 3.50 лева за брой при пазарна цена на старите акции от под 2 лева. Това

е рядко срещано явление на БФБ и хубаво, че не се повтори при „Еврохолд България", където все пак бяха записани 51.64% от предложените акции с емисионна цена от 1.50 лева за брой – също над пазарната, но не с такава голяма ножица. Така финансовият холдинг успя да набере свежи малко над 28 млн. лева.

Може би единственото, по което БФБ малко заприлича на световните пазари през ноември, беше силно негативното отношение на инвеститорите към акциите на търговските банки. Двете най-ликвидни банкови емисии – Централна кооперативна банка и Първа инвестиционна банка, изгубиха по 20% от пазарните си капитализации. Акциите на ЦКБ вече се разменят по 75 стотинки за брой, съвсем близо до историческото дъно от ноември 2008, когато цената достигна 72 стотинки. Ще припомня, че в началото на тази година акциите на банката се търгуваха около 1.70-1.80 лева. Въпреки големия спад през ноември, до 1.77 лева, акциите на ПИБ все още са далеч от своето историческо дъно, което беше достигнато през февруари 2009 година – 1.07 лева за брой.

Дали може нещо да се направи, за да бъде съживен българският капиталов пазар? Една от големите надежди за ренесанс беше борсовата приватизация на миноритарните дялове на държавата в трите енергоразпределителни компании – ЕВН, Е.ОН и ЧЕЗ. За съжаление тези листвания ще се случат в един от най-лошите моменти и за БФБ, и за глобалните пазари. Тъй като родните инвеститори са изпаднали в абсолютна апатия, за успешното реализиране на сделките се разчита много и на чуждестранни инвеститори, които обаче в момента също имат своите жестоки проблеми покрай европейската дългова криза, т.е. апетитът им към рискови периферни европейски акции може да се окаже не толкова голям. Похвално е, че БФБ и Българската агенция за инвестиции се заеха да организират представяне на емисиите и въобще на родния пазар в някои от най-големите европейски финансови центрове – Виена, Лондон, Цюрих, Франкфурт. Това може да даде резултат и да бъде една от първите стъпки за разрушаване на неблагоприятното статукво. Забрави се за идеята за активно управление на Сребърния фонд и частичното му инвестиране в инструменти на капиталовия пазар, което също би било невероятен импулс за колабиралия фондов пазар. Въобще покрай другите външни и вътрешни проблеми вече почти никой не търси решение за кризата на БФБ. Вероятно подобно на земеделци, синдикати, железопътни работници, и борсовите играчи трябва да излязат на улицата и да стачкуват, че интересите им са нарушени. Това, разбира се, е просто намигване към тези, които винаги чакат от държавата, т.е. от данъкоплатеца – дали субсидия за земеделие, дали субсидирана заетост в БДЖ, дали да им се плащат осигуровките като държавните служители, дали други щедри привилегии.

Рестарт*

*** Заглавията са на редакцията**

Апокалипсис

Ако Германия и ЕЦБ не действат бързо, идва краят на еврото

ПЕТЪР ДАСКАЛОВ,
главен валутен дилър
на ФК Логос – ТМ АД

Дори и еврозоната да се е насочила към катастрофа, повечето хора предполагат, че в крайна сметка европейските лидери ще направят каквото е необходимо, за да се спаси еврото. В противен случай последствията от изчезването на единната валута ще са толкова катастрофални, че нито един разумен политик не би могъл да позволи това да се случи.

Едно спиране на съществуване на еврото би довело до световен крах, по-лош и от този през 2008/2009 година. Най-интегрираният финансово регион в света ще бъде погълнат от фалити, заличаване на банки и налагане на капиталов контрол. Еврозоната ще се разцепи на различни части или на един голям блок на север и разкъсан на парчета юг. Сред развалените договори на изчезналия най-голям икономически проект на ЕС движенията на валутните курсове между държавите от сърцевината и тези от периферията ще бъдат неконтролируеми и почти сигурно ще доведат пазарите до разруха. От тук и самото съществуване на ЕС ще бъде под сериозен въпрос.

Заплахата от крах обаче не винаги означава, че е възможно да бъде спряна да се случи. Шансовете за апокалипсис в еврозоната се увеличиха обезпокоително много. Вероятността за сравнително безопасно приземяване все повече изчезва.

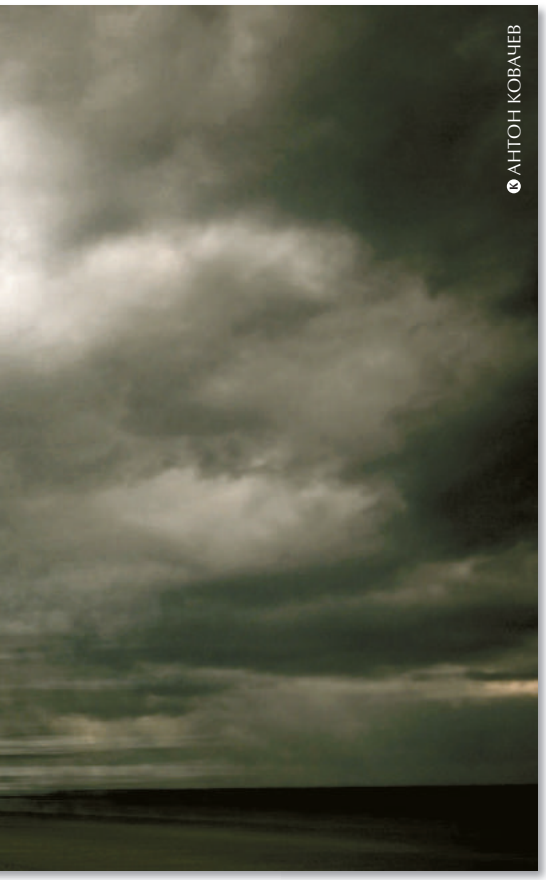
Нарастващите притеснения на инвеститорите, че еврото е пред разпадане, подхранихa

бягството от активите на по-слабите икономики

Бягство, което дори по-силните мерки на тези правителства не успяха да спрат. Последният пример е Испания. Въпреки разгромяващата победа на Народната партия по време на изборите на 20 ноември, която се ангажира с реформи и суровi мерки, разходите по облигациите на страната отново се повишиха. Правителството трябва да плаща 5.1% доходност по тримесечните си книжа, което е два пъти повече отколкото преди само месец. Доходността по 10-годишните облигации е над 6.5%. В същото време новото италианско правителство, водено от Марио Монти, също не вижда изход от задънената улица. Доходността по 10-годишните италиански облигации е доста над 6%. Разходите на френското и белгийското правителство също се повишават. Апогеят беше достигнат, когато дори германските правителствени книжа, които се смятат за най-сигурните в Европа, претърпяха пълен крах по време на последния аукцион.

Паниката, която обхваща и европейската банкова система, е не по-малко тревожна. Достъпът на европейските банки до финансовите пазари намалява, а междубанковият пазар е все по-изнервен, тъй като трезорите отказват да си заемат средства едни на други. Фирмите изтеглят депозитите си от периферните държави. Това бягство на капиталите принуждава банките да

сега???*


© АНТОН КОВАЧЕВ

продават активите си и да намалят заемането на средства, а кредитната криза може да стане по-голяма от тази, която претърпя Европа след колапса на „Леман Брадърс".

Ако към всичко казано добавим и по-суровите фискални мерки, които се налагат в Европа, както и срива на доверието в бизнеса и потребителите, не остава никакво съмнение, че еврозоната ще претърпи тежка рецесия през 2012 година, при която производството ще спадне вероятно с 2%. Това ще доведе до омагьосан кръг, при който рецесията ще разширява бюджетните дефицити, правителствените дългове и ще подхранва популистката опозиция срещу тежките мерки и реформите. Страхът от последствията ще провокира инвеститорите да търсят изход още по-бързо. Миналите финансови кризи показаха, че тази низходяща спирала може да бъде удържана само със смели политически действия, които да върнат доверието на пазарите. Да, обаче европейските лидери изглежда не са способни или не желаят да бъдат достатъчно смели. Широко обсъжданият увеличен извънреден спасителен фонд, който беше договорен през октомври, не се е задействал. Лидерите на еврозоната свикнаха да говорят за дългосрочни планове за запазване на валутата, най-вече по-строго следене на фискалната политика и нови договори, които да помогнат на политическата интеграция. Те обаче не предлагат почти никакви идеи за удържане на сегашното положение.

Предпазливият канцлер на Германия Ангела Меркел показа, че е безцеремонно ефективна в политиката, като помогна за изхвърлянето на Силвио Берлускони. Една кредитна криза обаче по-трудно се манипулира. Заедно с лидерите на другите държави, които отпускат кредити, тя отказва да признае големината на паниката на пазара. Европейската централна банка отказва да действа като кредитор от последна инстанция за затрудненията, но платежоспособни правителства. Страхът от създаването на морален хазарт, при който предложената помощ намалява напрежението върху задлъжнелите държави по отношение на реформите, е очевидно достатъчна, за да спре всички спасителни планове. Това обаче само ще затвърди опасенията на инвеститорите по отношение на всички държавни облигации в еврозоната, включително и тези на Германия. Което пък ще направи в крайна сметка срива на еврото много вероятен.

Това състояние не може да продължава много дълго. Без драматична промяна от страна на ЕЦБ или европейските лидери, единната валута ще се разпадне. Каквито и да е събития - от фалит на голяма банка до падане на правителство или провал на пореден аукцион, могат да доведат до края на еврото. В последната седмица на януари Италия трябва да рефинансира повече от 30 милиарда евро дълг. Ако пазарите не са ентусиазирани или ЕЦБ не окаже съдействие, третият по големина длъжник в света ще изпадне в състояние на фалит.

Може ли нещо да се направи, за да се предотврати бедствието? Отговорът все още е „Да", но размерът на действията става наложително все по-голям с течение на времето. Единствената институция, която може да осигури незабавно облекчение, е ЕЦБ. Като кредитор от последна инстанция тя трябва да прави повече, за да съхрани банките, като предлага неограничена ликвидност за по-дълъг период от време срещу по-широк спектър от обезпечения. В момента е необходима много по-подкрепяща монетарна политика, за да се избегне рецесията и дефлацията в еврозоната. Ако ЕЦБ е стриктна и иска да изпълнява мандата си за ценовата стабилност, то тя трябва да предотврати понижението на цените. Това означава да свали краткосрочните лихви и да започне политика на

увеличено количество на парите от голям мащаб

Тъй като условията са най-тежки в периферните икономики, ЕЦБ трябва да купува най-вече техните облигации, без да се замисля. Широкомащабна подкрепяща монетарна политика ще спре рецесията и ще спечели време. Въпреки това съживяването на доверието и привличането на инвеститорите към държавните облигации няма да стане само с подкрепата на ЕЦБ, реструктурирането на гръцкия дълг и реформирането на Италия и Испания, въпреки че и само тези мерки са доста амбициозни. Необходимо е и създаването на дългови инструменти, на които инвеститорите да вярват. Това изисква политическа сделка - финансова подкрепа за периферните държави, които се нуждаят от нея, а в замяна на това да се променят правилата спрямо изискванията на Германия и останалите кредитори.

**** Заглавията са на редакцията***

© АНТОН КОВАЧЕВ

Евролъв

Българите предпочитат вече да спестяват в родна валута, Централната банка прогнозира 8% ръст на депозитите

В края на октомври депозитите на домакинствата са 29,6 млрд. лв., или 38,4% от БВП. Те нарастват с 13,1% в сравнение със същия месец на 2010 г. като отбелязват 13,5% годишен ръст през септември. Влоговете на фирмите са 13,661 млрд. лв. (17,7% от БВП) като увеличението е 12,8% в сравнение с година по-рано. Към 30 септември годишният ръст на спестяванията на предприятията е 14,4%.

ПЕТЯ СТОЯНОВА

От септември 2008 г., когато започна кризата, новите банкови влогове са откривани основно в лева. Данните са показателни, че на всеки лев, спестен от домакинствата, 62 стотинки са сложени на депозит в лева, пресметнаха в МКБ Юнионбанк. От статистиката ясно се очертава тенденцията, че през последните три години делът на депозитите в евро постепенно пада в общите спестявания на населението. Ако в началото на кризата той достига 49%, то три години по-късно вече е намалял до 45%. Нещо повече - ако в началото на кризата евровите депозити на гражданите са били с 1,5 млрд. лв. повече, в сравнение с левовите, три години по-късно спестяванията в националната ни валута изпреварват значително тези в евро. Най-непривлекателни от началото на кризата се оказват депозитите в друга валута и най-вече в щатски долари. Ако левовите влогове растат с 56%, а тези в евро с 27%, то увеличението при депозитите в други валути (най-вече долари) е едва с 13%, показва анализът на експертите от банката.

Личен пример

Причините за преориентирането на населението към левовите депозити са няколко, но основната е търсенето на по-висока доходност. Вследствие на кризата се свиха драстично инвестиционните възможности, а традиционните алтер-

нативи на депозита отбелязват сериозен спад. Фондовата борса преживя намаление в котировките от 90%, а сривът при недвижимите имоти достига 40 - 50%. По отношение на ликвидност, запазване на главницата и доходност, депозитите държат лидерското място в момента. Лихвите при спестявания в българска национална валута са с около 1% по-високи от тези в евро и дори на интуитивно ниво хората все повече се насочват към лева.

Личните спестявания на управителя на БНБ Иван Искров и подуправителите Калин Христов, Димитър Костов и Румен Симеонов също са левови. Това показват имуществените им декларации за 2010 г., представени в Сметната палата. По Закона за публичност на имуществото на лица, заемащи висши държавни длъжности, централните банкери са задължени да декларират доходите си всяка година.

Подуправителят на БНБ Калин Христов прогнозира нов ръст на депозитите през 2012 г. Според шефа на управление „Емисионно" парите, които българите „затварят" в банките, ще се увеличат със същия темп, с който това се случи тази година, или с около 8% (при очаквани 10% ръст до края на 2011 г.).

Заради депозитите в банковата система, най-вече от страна на домакинствата, липсва необходимост за търсенето на външни източници на финансиране. По думите на Христов нетната позиция на банките у нас спрямо банките майки е около 3,5 млрд. лв., а само от депозити годишно се привличат по 4,5 млрд. лв.

Коз в ръкава

Стабилността на банковата система е гарантирана с мерките и контрола на БНБ. Като част от европейското икономическо пространство обаче, нашата страна е зависима от волята на европейските партньори. Ако се стигне до най-негативен сценарий за разпад на еврозоната и до колапс на единната европейска валута, българската икономика също ще бъде засегната. При влизането във валутен борд през 1997 г. левът беше обвързан с германската марка и това е записано в чл. 29. ал. 1 в Закона за БНБ - официалният валутен курс на лева към германската марка е 1 лев за 1 германска марка. В ал. 2 на същия закон пише: „Когато законно платежно средство във Федерална република Германия стане общата валута на ЕС – еврото, официалният валутен курс на лева към еврото се определя чрез умножаване на курса по ал. 1 по официалния курс, по който германската марка се е конвертирала към еврото." Член 30 на закона гласи: „При поискване БНБ е длъжна да продава и да купува без ограничения на територията на страната евро срещу левове на основата на спот валутни курсове ..."

Ако Германия хипотетично се върне към марката, нашият закон също ще трябва да се промени и България да върне фиксирания курс към дойче марката. Докато левът е обвързан към тази стабилна валута, българската икономика и финансовата сфера могат само да спечелят. Германия е известна с това, че не пуска „печатницата за пари", внимателно контролира инфлацията и държи на стабилността, а за страната ни тя е основен търговски партньор. Последствията от такава обвързаност са няколко. Цената на германската марка вероятно ще е по-висока спрямо еврото, защото в еврозоната ще останат финансово недисциплинираните страни и така левът ще скочи спрямо еврото. Следователно всеки, който има спестявания в евро, ще загуби, а при задължения в евро ще се спечели, защото те ще се обезценят. В момента действа правилото: Дръжте парите си в лева и взимайте кредити в евро.

Вот за лева

Румънски и гръцки вложители (физически лица или компании) откриват сметки у нас, показват наблюденията на банкери. Те са привлечени от стабилността на финансовата ни система и по-атрактивната политика, която прилагат банките по отношение на лихвите. Средната лихва по депозитите у нас е 5,38% годишно, докато в Гърция е 4%. Въпреки че румънските банки предлагат по-изгодни условия по депозитите си - средно 6,72% годишна лихва в леи, заради по-ниските данъци у нас много граждани на северната ни съседка регистрират фирми

в България. Лихвите, които те получават, обаче се облагат с данък от 10%.

Буфери срещу лоши кредити

У нас постоянно се повтаря колко е стабилна банковата ни система. Въпреки ръста на лошите кредити, които в края на септември са 7,95 млрд. лв,. или 14,45% от всички заеми, без тези за финансовите институции, ситуацията е под контрол. Банките по международните счетоводни стандарти са длъжни да правят обезценки на несъбираемите кредити. В края на септември размерът на тези обезценки достига 2,8 млрд. лв. и част от лошите кредити вече е вписана като загуба и няма как да навреди повече на баланса на банките. Когато не са начислили обезценки, кредитните институции са задължени да провизират част от своя капитал. Провизиите към септември възлизат на 1,8 млрд. лв. Буферите срещу бъдещи лоши заеми също са големи. Капиталовата адекватност на банките у нас средно е 15,6%, докато в Европа сега се говори за постигане на 9%. Наредбите на БНБ са по-стриктни от международните стандарти и реално собственият капитал на българските банки е с 3 млрд. лв. над регулативните изисквания.

Над 17 млрд. лв. държат в брой българските банки и с тях могат да издържат на финансова паника, а ликвидността на системата е над 25%. До 2009 г. банките у нас набавяха ресурс от чужди източници, но новите кредити вече се финансират от български депозити. Поради това банковата ни система е по-малко зависима от външните пазари, което е позитив в сегашната ситуация.

Гарантирането на депозитите е друг важен елемент, който защитава банковата система от неблагоприятни ситуации. Спестяванията в ЕС са гарантирани до 100 хил. евро на човек в банка. У нас, освен че има държавно гарантиране на влоговете, функционира и специален фонд, в който се натрупват пари. Средствата в него ще достигнат 1,2 млрд. лв. в началото на 2012 г., което е почти 20% от капитала на банковата система.

Кристофор Павлов, главен икономист

Промени се моделът

- Г-н Павлов, защо по време на криза спестяванията растат?

- Нормата за спестяване в икономиката сега е около 25%. Има значителна промяна спрямо средните стойности, които наблюдавахме в периода на кредитен бум, когато беше 12-13%. Много трудно е да се каже дали подобна норма ще се запази за дълъг период от време. Вероятно не, защото в момента, в който очакванията започнат да се променят и има повече сигурност за бъдещето, за работните места, и населението, и бизнесът ще започнат да харчат повече. Но вече има значителна промяна в модела на спестяване на икономиката.

Забелязва се разлика в баланса между спестявания и инвестиции от времето на финансиране с кредити при бум на потреблението. Тогава инвестициите се финансираха с внос на чужди спестявания. Сега моделът е друг - не само всички бизнес инициативи се подкрепят с национални спестявания, но част от тях отиват за изплащане на външния дълг. От гледна точка на дисбалансите, с които икономиката влезе в кризата, това е добре. Много трудно обаче е да се прогнозира дали 20-те процента норма на спестяване, като средна стойност, ще остане за по-дълъг период от време, или ще бъде малко по-ниска.

- Защо българинът пести в лева въпреки дискусиите дали е подценена или надценена националната ни валута?

- Българите харесват режима си на валутен курс. Стабилността на банковата система е факт и това, че спестяванията нарастват и то с двуцифрени темпове на годишна база, е най-добрата демонстрация за доверието на българските фирми и граждани към съществуващия начин на правене на парична политика и политика на валутен курс. Вероятно има и елемент и желание за по-висока доходност, защото е добре известно, че депозитите в лева предлагат по-високи лихви, отколкото тези в евро. Очевидно българите са убедени в сигурността на лева, след като доминиращата част от спестяванията отиват в сегмента на левовите депозити.

Когато става въпрос за валутни режими, има академична страна на темата, не всички страни, които досега предприеха такива стъпки в хода на кризата, не постигнаха успехи. В Украйна например това доведе до хаос. Унгария не смени съществуващия режим на валутен курс, но се опита да води икономическа политика, различна от „ортодоксалната". За съжаление също претърпя неуспех – вече е с понижен кредитен рейтинг и се обърна към МВФ за помощ. Но това, което се опитаха да правят унгарците, беше доста интересно от икономическа гледна точка и ако беше успешно, щеше да изкуши много страни да последват примера. Унгария се опита да редуцира данъците в началото на кризата, да намали мерките за орязване на публичните разходи, да прехвърли по-голяма данъчна тежест върху чуждестранните компании, което от гледна точка на обществото изглежда много привлекателно. Политиците казаха: „Виновни за кризата са алчните чужденци и те трябва да платят

на УниКредит Булбанк:

на спестяване в икономиката

сметката с по-високи данъци! В същото време ще намалим данъците за обикновените хора и така ще стабилизираме публичните финанси." Те обаче не успяха да защитят опита си за промяна в провежданата стопанска политика с резултати. Унгария иска подкрепа от МВФ, но се надява това да стане без споразумение, което ще бъде обвързано с условия.

- Коментира се, че румънци и гърци депозират у нас заради по-високите лихви. Има ли данни какъв е размерът на тези вложения?

- Тези твърдения не могат да бъдат проверени, защото няма статистика, която да показва броя на гърци или румънци с депозити у нас. Това отваря вратата за много спекулации. Някои смятат, че голяма част от ръста на депозитите се дължи на южните ни съседи. Тази теза обаче не може да се провери, а по същата причина не може и да се отхвърли. Ако сте грък и търсите сигурност за парите си в чужбина, има страни, които изглеждат по-сигурни от България - Германия или Швейцария например. Други смятат, че страната ни е изложена на много големи рискове поради географската близост с Гърция и присъствието на гръцки банки у нас. Струва ми се обаче малко вероятно прехвърлянето на някакви пари от гръцки фирми и домакинства да има особен принос в ръста на депозитите, който наблюдаваме. В пограничните райони вероятно се случва, но какво от това, че някой от Северна Гърция е внесъл 2 хиляди евро или долари в петричка банка?

© АРХИВ

- Какви ще са сценариите за развитие на ЕС?

- От сегашна гледна точка повечето представи за това, което предстои да се случи, са мрачни, въпреки че мнозинството от хората не могат да ги дефинират ясно. Случващото се възприема като негативен процес, който продължава да се влошава. Тези, които очакват подобно развитие, ще получат допълнителни причини да смятат, че са направили правилната прогноза заради следващите няколко месеца и трудностите в близко бъдеще. След този период, до шест месеца, Европа ще излезе от настоящата ситуация по-силна, отколкото беше в началото на кризата. Може да няма яснота как точно да бъдат разположени във времето отделните стъпки, но според мен ще има достатъчно консенсус както сред политиците, така и сред обикновените хора, че изходът на тази криза трябва да се търси в посока на повече интеграция и нов тип сътрудничество в ЕС. Ще се предприемат по-бързи стъпки към изграждане на фискален и политически съюз, като процесите се случват буквално пред очите ни. През следващите дни очакваме Германия и Франция да представят плановете си за промяна на основополагащите договори и да отворят пътя към по-бърза интеграция в областта на фискалната политика. Напрежението, разбира се, ще продължи. Ще има натиск на пазарите върху отделни страни, които са изправени пред трудности да стабилизират икономиките, но това ще има и оздравяващ ефект, защото е онази комбинация от условия, която накара страни, които дълго време са пренебрегвали ставащото се с публичните им финанси да започнат да предприемат коригиращи мерки.

- И водената недалновидно фискална политика...

- Това, което се случва, не е задължително само лошо. За нас, разбира се, опасностите като икономика изглеждат по-значими, защото ние сме близо до Гърция – една от страните, в която дозата неизвестност е най-голяма и трудностите най-остро се изявяват. Но аз се надявам, че Гърция ще успее да се стабилизира, без да ѝ се налага да излиза от еврозоната, защото този сценарий ще изправи българите пред допълнителна доза неизвестност.

С умни пари стартиращите компании напредват бързо

АНТОН КОВАЧЕВ

В клуба на бизнес ангелите

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Близо половината от стартиращите компании след година-две умират, сочи статистиката. За да може една фирма да получи спасителна финансова инжекция още в началото от своето развитие, се търси възможност добрата идея да бъде подкрепена от бизнес ангел. Това понятие отдавна не е екзотика, а е реален трамплин за отскок. Бизнес ангелите са физически лица или фондове за рисков капитал, склонни да дадат рамо на млада компания с потенциал за развитие. Освен с парични средства, те помагат с опит, контакти и стратегическо планиране, затова този тип финансиране се нарича умни пари.

Често неопитните предприемачи имат свръхдоза хъс и не виждат очи в очи истинските проблеми. И ако не съумеят да поставят всичко под контрол, често се стига до отчаяние, а оттам пътят до провала е твърде кратък, разказва Ирена Петрова, управител на Българската мрежа на бизнес ангелите.

Апетит към риск

Бизнес ангелите поемат твърде голям риск, тъй като финансират компании в твърде ранен стадий на развитие - продуктът им не е разработен и не е ясно кога ще излезе на пазара. Eastisoft, Netage, Melon Technologies, WebGate, FinZoom, Lessno.com, Ivent Games, „Моите пари", „Дейзи Мултимедия", „Орбител" са все български проекти, развили се благодарение на срещата на иновативната идея с опита, ноу-хауто и парите. Някои от предприемачите, напреднали в бизнеса именно чрез тази формула, впоследствие стават бизнес ангели. Но не си мислете, че взаимоотношенията с инвеститорите вървят само по мед и масло и те безкористно наливат пари, за да осъществят мечтата на абсолютно начинаещите час по-скоро да се събудят богати и известни. Историята на Lessno.com показва, че бизнес ангелите може да не са просто ангели хранители. Те биха могли да разиграят сценарий „Трудно, бг", да обезсилят акционерното ви участие в компанията и да ви я отнемат, както фондът за рисков капитал Neveq направи, след като се разминал в очакванията с младите предприемачи.

Конфиденциалност

Една от възможностите за подкрепа на стартиращи компании е Българската мрежа на бизнес ангелите (БМБА). Чрез нея добрата бизнес идея може да достигне до подходящ инвеститор. Ползвайки посредничеството на мрежата, младите предприемачи биха могли да открият финансиране и/или ментор за проект до около 250 хил. лева срещу дял от собствеността в компанията.

В БМБА са регистрирани около 35 инвеститори, те имат достъп до проектите. Но само Васил Величков и Николай Горчилов разкриват имената си, другите предпочитат тяхната самоличност да не се коментира. Величков е управляващ съдружник в системния интегратор Gramma Net Is и преди време сключи договор с екипа на Ivent Games за осъществяване на дялова инвестиция в компанията. Това даде възможност Георги Ракидов и Любомир Илиев, които са абсолютно начинаещи в бизнеса, да довършат проекта си по създаването на играта Strength of the Sword за Sony Playstation 3.

Николай Горчилов също е в клуба на бизнес ангелите, но засега не е инвестирал в проект от мрежата. Самият той обаче е един от основателите и на „Орбител" – стартирана с подкрепата на бизнес ангели от ЕБВР и успешно продадена на „Дойче

телеком". В момента заедно с Виктор Франсес развива бизнес в Индия в сферата на телекомуникациите.

Проектите, които са достъпни чрез мрежата на бизнес ангелите, са основно в IT сферата, свързани с различни онлайн услуги, електронни магазини, софтуер. Наред с това се предлагат идеи за развитие на екотехнологии и зелена енергия, строителство, екоселища, спа центрове, франчайз вериги. Ентусиастите са не само млади, но има и изобретатели с опит.

Темпо

Българската мрежа на бизнес ангелите е учредена в края на 2007 г., но става активна на пазара от 2009 г. след промяна на бизнес модела и изработването на софтуерните системи и сайтовете към мрежата. Чрез нея досега са осъществени 6 сделки. Последната от тях е сключена наскоро и е за игра за Фейсбук с приложения, но се пази в пълна конфиденциалност. Инвестицията е за 95 хил. лв. Обикновено инвеститорът взема миноритарен дял от около 30% от компанията, но в момента той притежава около 98% от фирмата. Според договора при постигането на определени резултати дяловете на бизнес ангела и на предприемачите се преразпределят.

Асоциацията на българските бизнес ангели беше създадена от Николай Мавроматис почти по същото време, по което и БМБА, но тя вече не съществува. Асоциацията има само една реализирана сделка. В момента няма друга подобна на БМБА организация, така дейността на мрежата е без конкуренция.

Първи на финала

Сигурно и вие сте чували риторичния въпрос защо Google, Facebook, Skype и Intel, които са стартирали с подкрепата на бизнес ангел, не са се родили и развили в България. Ирена Петрова има свой отговор: „Тук предприемаческата култура все още не е на толкова високо ниво. Хората, които са създали тези именити компании, притежават визионерско мислене, но всичко е въпрос и на мащаб. У нас също има смели проекти - немалка част се раждат тук, а „пораства" зад граница. В България също може да се роди идея от ранга на Google, но на Запад възможностите са повече - има множество венчър фондове, мрежи от бизнес ангели и много повече пари се наливат в стартиращи компании. Там достъпът до капитал е по-голям."

Предприемачите често имат притеснения да обявят идеята си в мрежата. Но ако публично не споделят намеренията си, проектът няма да се реализира поради липса на финансиране. Стартираща компания не би могла да вземе кредит от банка, освен ако няма активи, които да заложи като обезпечение. Тя трябва да покаже история, а такава обикновено няма. Освен заради самото финансиране, възможността да се привлече бизнес ангел е примамлива и с това, че той помага с менторство (съвети, контакти) и тук ползата е неоценима.

Няма уникални идеи, това което хрумва на един, може да осени и друг. Въпрос на време и на финансови възможности е кой ще успее в реализацията. Ако действаш бързо и поемеш риск, може да си първи на финала.

Филип Филипов, зам. - директор в Everbread:

Заможни хора дават първия чек

Нарастващата популярност на бизнес ангелите като алтернатива за финансиране на компании е резултат на все по-популярната тенденция заможни хора да се включат директно в процеса на инвестиции като индивидуалности, а не да прехвърлят капиталите си и отговорността на венчър фондове, които да инвестират вместо тях.

Бизнес ангелите винаги са били част от тази еко-система. Например Питър Тийл е първият инвеститор във Facebook, а Анди Бектолшайм дава първия чек на Сергей Брин и Лари Пейдж да развият Google – „Аксел Партнърс", „Секвоя" и останалите институционални инвеститори се включват в по-късен етап.

Тази практика в момен та придобива ново измерение - политици, актьори, певци и като цяло хора извън финансовата сфера решават да направят ранна инвестиция и по този начин придобиват по-голямо

В точното време на точното място

Ирена Петрова повече от две години е в Българската мрежа на бизнес ангелите и вече близо година и половина е управител на мрежата. Интересът към инвестициите и рисковото финансиране я отвел в точното време на точното място, а е само на 22.

В момента учи финанси и психология в Нов български университет. Как попада в мрежата? „Просто имах силното желание! За един млад човек е важно да открие мисията си и тогава няма пречки," уверява тя.

Ирена е основала своя фирма -„Тендъл", която ще предлага онлайн услуги, но в момента концепцията и платформата все още се разработват. Не след дълго, когато търсите компания, която да се заеме с вашия ремонт например, ще влезете в сайта tendal.net и ще попълните заявка с всички параметри. Предприемачите, регистрирани в мрежата на „Тендъл", ще предлагат оферти, от които ще отсеете най-изгодната. Така ще спестите време и пари. За фирмите това е чудесна възможност да се свържат със своите клиенти.

Според Ирена външна подкрепа трябва да се търси, когато идеята за бизнес бъде развита, когато хората са дали всичко от себе си, вложили са време, усилия и средства, защото вярват в своя проект. Ако те самите не са убедени, че ще имат успех, то няма кой друг да им повярва. За инвеститорите е важна не само идеята, а и екипът. Компанията не бива да се ограничава само в рамките на България. Тя може да стартира с малко средства, по-важно е да се сформира правилният тим, в който да влязат добре мотивирани и ентусиазирани хора. Но това всъщност е най-трудната част от задачата. В своя макар и малък предприемачески опит Ирена се придържа към тези правила. Заедно със своите двама партньори в „Тендъл" и с екип от общо 10 души развиват аналогични сайтове за Турция и Русия. Всичко е все още в зародиш и в момента не разчитат на външно финансиране, но на по-късен етап може да потърсят инвестиционна подкрепа. „Не се страхувам да рискувам, защото дори когато греша, грешките ми помагат да се усъвършенствам и да направя крачка напред", уверява Ирена Петрова.

дялово участие от стартиращи компании. В последно време финансирането от така наречените Three F's - Friends, Family, and Fools (приятели, семейство и глупаци) като начин да се започне нова дейност е изместено от бизнес ангели с дълбоки джобове и нужните връзки, които да помогнат на една идея да се превърне в бизнес. Инициативите в тази сфера - от Angel's list до Y Combinator, започват да разширяват влиянието на бизнес ангелите на световно ниво и това е здравословно за предприемачите.

В днешната икономика, която позволява на изключително умни млади хора да стартират бизнес от стаята си в университетското общежитие, достъпът до институционално финансиране (Venture Funds, Private Equity) е ограничен – прекалено много са идеите за вниманието на тези фондове. Така бизнес ангелите развиват системата на пред- приемачество.

Правилото, че две от десет компании ще станат печеливши, е лошо пазената тайна в света на технологиите

В България бизнес ангелите са малко. Инициативи като Seed Challenge, Empower и други дават форум на нови компании да разкажат за идеите си, но рядко се стига до инвестиция от бизнес ангел на местно ниво. Очаквам това да се промени занапред: рискът в едно такова финансиране на ранен етап е огромен - правилото, че две от десет компании ще станат печеливши, е лошо пазената тайна в света на технологиите. Но, от друга страна, възвръщаемостта си заслужава.

Васил Величков,

Малка инвестиция с голяма

В кризата вложението ми в Ivent Games е единствената инвестиция, която все още не ме е разочаровала. В неблагоприятната икономическа ситуация развлекателната индустрия е една от малкото, които имат ръст и добра перспектива. Това е глобален пазар, който няма нищо общо с конюнктурата в България. Решението за инвестицията беше взето и на база „колко готини бяха момчетата". Амбицията и желанието да станат предприемачи трябва да бъдат подплатени с някакви уникални умения, както и с достатъчно

силна мотивация

да се лишат от много неща, за да реализират идеята си.

Често, когато „амбициозните" млади покажат бизнес плана си, виждаш, че най-сериозното перо са техните заплати, което показва, че стремежът им е да са скъпо платени служители. Други пък имат идеи, но нямат никакви уникални умения и способности. Чрез мрежата на бизнес ангелите попаднах на Георги Ракидов и Любомир Илиев от Ivent Games. Единият е високо ниво програмист, който от десетина години се занимава с разработване на игри, а другият е много талантлив дизайнер и 3D аниматор. Двамата бяха започнали „Плейстейшън 3" от нулата. Моето участие е менторско – как да се фокусират и да не се разсейват със забавни, но не особено полезни дейности. Мащабите на бизнес ангелите са доста по-ограничени в България – ако в САЩ един бизнес ангел влага 1 млн. долара, у нас инвестицията е 10-20 пъти по-малка. Нивото е друго.

Големият проблем

на повечето проекти е, че идеята им е „И ние като...". Липсва уникалност, а се предлага частен вариант на нещо вече направено.

От Sony не дават лицензи на миниатюрни компании, но има малки изключения. Малцина получават ОК от тях да разработят минизаглавие на игра, която да се разпространява през „Плейстейшън нетуърк". Момчетата със собствени сили и ръчкане с лакти си бяха издействали лиценз и то без пари. Когато аз се присъединих, те вече имаха лиценз, играта можеше да се играе – това го бяха направили на мускули и с пари от предишните си скъпо платени работни

Мрежата: факти и

При представянето на идея пред инвеститор има няколко правила, които се спазват. Най-важното е да си подготвен толкова добре, че като се качиш в асансьора на първия етаж и се окажеш очи в очи с инвеститор, да му представиш бизнес идеята си за 30 секунди така интригуващо, че той да те покани в своя офис, за да му разкажеш повече, съветва Борислав Борисов, партньор в БМБА

✓ Около 200 проекта са качени на сайта на БМБА - www.bban.eu, те са достъпни само за членовете на мрежата. Преобладават проектите в IT сферата. Те може да стартират с по-малка инвестиция.

✓ Преди да стигнат до сайта, проектите се филтрират. Някои от предложенията директно отпадат, други се връщат за доработване, трети се приемат без забележки.

✓ Подаването на проектите става безплатно. Договорът е за две години. Ако през това време не се намери инвеститор, БМБА повече не поема ангажимент към проекта.

✓ Мрежата на бизнес ангелите работи с комисиона при успех. Тя е в размер на 5% от реално направената инвестиция. Плаща се от предприемачите, освен ако инвеститорът не реши друго.

✓ Най-голямата инвестиция през мрежата на бизнес ангелите засега е 150 хил. лв. Досега са финансирани шест проекта.

✓ Обикновено бизнес ангелите очакват около 30-40% възвръщаемост.

✓ Мрежата се издържа чрез годишния членски внос на инвеститорите, който е 420 евро.

✓ Най-бързата инвестиция е направена само две седмици след

управляващ партньор в „Грамма Нет Ис":

възвръщаемост

места, със заеми от семействата им и от приятели. Те бяха рискували всичко, видях тяхната изключителна мотивираност и затова реших да ги подкрепя.

До възможността да стана бизнес ангел стигнах с основния си бизнес, свързан с IT, и с 15 години спане в офиса и яко напъване, след като стартирах бизнес още на 19. Когато в кризата се убедих, че българският пазар е конюнктурен и малък като мащаб, започнах да работя по промяна на условията на „задачата" и да предлагам услуги за външния пазар, за да не завися от диктата на свитото вътрешно потребление.

Стратегията ми за преодоляване на кризата е да инвестирам в стартиращи компании

Стратегията ми за преодоляване на кризата е да инвестирам в стартиращи компании, но за тях предпочитам да не говоря.

Всички те са в IT сферата и правят продукти за чужбина. Минимизирам операциите, свързани с българския пазар, където има много корупция, държавата е некоректен контрагент, а и самият обем на продажби е твърде малък. Научих си урока по скъпия и по трудния начин. Бизнес ангелите имат възможност с малка инвестиция да постигнат голяма възвръщаемост. Това е удовлетворяващо занимание, тъй като се работи с млади хора. Когато отида да видя младежите докъде са стигнали, настроението ми рязко се покачва. Засега нямам намерение да продавам бизнеса, но всичко зависи от пазарната реализация.

цифри

като проектът е качен на сайта.

✓ Най-младият бизнес ангел е на 26 години, той има собствен бизнес и една от сделките, реализирани чрез мрежата, е негова. Тя е на стойност 90 хил. лв.

✓ В БМБА до момента са постъпили над 1000 проекта.

✓ В клуба на бизнес ангелите членуват само хора, които имат добро име в бизнес средите, не развиват незаконна дейност, а изкарват честно парите си. Те трябва да са в състояние да дадат добавена стойност при развитието на проектите.

✓ БМБА е свързана с Европейската асоциация на бизнес ангелите, но заради конфиденциалността проектите са достъпни само за членовете на българската мрежа.

Не търсехме просто човек с пари

Потърсихме бизнес ангел, защото в един момент рисковете, които трябваше да се поемат по осъществяването на проекта станаха по-големи, отколкото можехме да си позволим. Държахме да е човек от IT сектора, за да има реален поглед върху това, което вършим. Знаехме, че ще предстои заедно да вземаме много решения и искахме да сме сигурни, че с него те ще са по-правилни. Ето защо въпросът не беше да е просто „човек с пари" извън нашия „свят". Искахме да е наш съвременник, със сродна философия и ценностна система, човек минал по нашия път, за да е наясно колко трудности ни предстоят. Сега проектът е 99% готов, предстои ни най-трудното – пускането на пазара. Ако не беше Васил Величков, никога нямаше да стигнем дотук, разказват Георги Ракидов и Любомир Илиев от Ivent Games.

Новите

АНТОН АНДОНОВ

Нови лица, технократи и успели в обединена Европа политици вадят закъсалите в дългова криза страни в Еврозоната. Скандалният Силвио Берлускони, силният Георгиос Папандреу и социалистът Хосе Луис Родригес Сапатеро напускат политическата сцена, за да дадат път на експерти и политици, радващи се на подкрепата на Европа. Само за месец вълната от социален гняв и за пръв път демонстрираната здрава ръка на Брюксел докара Марио Монти, Лукас Пападимос и Мариано Рахой начело на правителствата в Италия, Гърция и Испания. Така двигателите на обединена Европа – Германия и Франция – на практика наказаха свои приятели и колеги, които допуснаха призракът на нова икономическа криза да надвисне над единното европейско пространство.

Марио Монти – Спасителят на Ботуша

Бивш еврокомисар е новият премиер на Италия. Марио Монти е известен като един от най-яростните привърженици на европейското единство и общата европейска валута. Професорът си позволи вежливо да нахока действащия тогава министър-председател Берлускони заради твърдението му, че „еврото е странна валута, която се бори за авторитет" още на 30 октомври от страниците на в. Corrire della Sera. Монти дори заяви, че еврото в момента изобщо не се намира в криза, а заплахите, че такава предстои, ако някоя държава напусне еврозоната, са поредните упражнения на начеващ икономист.

10 години работа в Брюксел

Той беше експертът, който през 2010 г. представи пред председателя на Европейската комисия Жозе Мануел Барозу 100-страничен доклад за единния европейски пазар, след като от 1995 до 1999 г. бе еврокомисар по вътрешния пазар и услугите на ЕС (European Commissioner for Internal Market and Services) на работа в Брюксел. По ирония на съдбата за този пост го номинира първото правителство на Силвио Берлускони, докато Монти все още работеше като ректор на универ-

Марио Монти

европейци

Дълговата криза доведе на власт в закъсалите държави доказани експерти

© РОЙТЕРС

Европа очаква от новите управници на Гърция и Италия Лукас Пападимос и Марио Монти да преведат страните си през кризата

ситета Бокони (Bocconi), известен като миланската ковачница за кадри за Wall Streat. За новия мандат на ЕК през 1999 г. Марио Монти става еврокомисар по въпросите на конкуренцията (European Commissioner for Competition). Начело на този пост води най-впечатляващата битка на Европа по въпросите на конкуренцията с Microsoft, която завърши с успех и глоба за американците от 899 млн. евро. Той е чиновникът, който спря през 2001 г. сливането на General Electric и Honeywell, отново заради нарушаването на принципа на конкуренцията. След края на мандата си в Брюксел през 2004 г. Монти се отдаде на научна и експертна работа далеч от политиката.

Еврократ

„Искам да работя за Европа", обича да казва 68-годишният семеен икономист и баща на две деца. С тази мотив той отказва две предложения да заеме министерско кресло в кабинета на Берлускони – през 2001 г. офертата е министър на външните работи, а през 2004 г. – на икономиката. Роденият на 19 март 1943 г. в градчето Варезе експерт завършва през 1965 г. университета Бокони (Universita Commerciale Luigi Bocconi), и продължава изучаването на икономическите науки в американския Йейл. Тук има късмета негов научен ръководител да бъде нобеловият лауреат за икономика Джейм Тобин (James Tobin), а с друг носител на престижната награда – Лорънс Клейн (Lawrence Klein) италианецът създава моделът Клейн-Монти, който описва поведението на банките в условията на монопол.

Академичен учен – обичат да казват за него приятелите му, защото новият италиански премиер винаги е предпочитал експертната пред политическата дейност. Въпреки многобройните предложения и съблазни на втората Монти предпочита да стане преподавател в университета в Торино след завръщането си от САЩ през 1970 г. . През 1985 г. става професор по политическа икономия в университета Бокони. Академичната му кариера минава през Института по политическа икономика към миланския университет, а през 1989 г. е избран за ректор на университета Бокони и заема този пост до 1994 г. когато става президент на учебното заведение.

Сенатор спасител

„Марио идва да спаси Италия", гръмнаха медиите веднага, след като получиха обещанието на бившия премиер Силвио Берлускони да подаде оставка, ако икономическите реформи на кабинета бъдат приети от италианските законодатели. И му лепнаха прякора Супер Марио, с който е известен преди него друг италиански икономист – новият шеф

на ЕЦБ Марио Драги. За разлика от Драги обаче Марио Монти бе назначен за пожизнен сенатор от президента на Италия, комуниста Джорджо Наполитано. Такива стават по право само бившите президенти на Италия или назначени от тях граждани. Президентът може да използва само 5 пъти правото си да назначи пожизнени сенатори по време на мандата си, а номинираните трябва да бъдат хора със солидни заслуги в обществената дейност, науката, изкуството или литературата. Наполитано, който е начело на страната от май 2006 г., за първи път използва дадените му правомощия и това не можеше да остане незабелязано от Монти, който прие мандата да състави новото италианско правителство. Защото разчете в него недвусмислен президентски знак – Италия трябва да бъде извадена от икономическата криза от експерт, а дотогава политическите боричкания трябва да останат на заден план.

Безпартиен

Новият пожизнен сенатор стана такъв за заслуги в научната и обществената дейност. Всъщност той може да бъде наречен и икономист, учен, професор, публицист или дори Супер Марио, но не и политик. Въпреки това след доста дълги преговори и политически схватки безпартийният Монти успя да осигури така нужното за новото италианско правителство спокойствие и картбланш за работа. И обеща да вземе нужните в момента решения бързо, но внимателно. Така неговото експертно правителство може би ще има шанса да изкара мандата на кабинета на Берлускони и да остане на власт до 2013 г. „Италия трябва отново да се превърне в силен елемент в Европа, и да става все по-силна в единния Европейски съюз. Ние помогнахме Съюзът да бъде основан и трябва да играем водеща роля в него", заяви професорът по икономика и обеща да положи всичките си усилия, за да изкара страната от ситуацията, която има елементи на „извънредна". За това на Марио Монти ще му трябва освен време и общото усилие на всички – партии и граждани на Италия.

© РОЙТЕРС

Бащата на еврото Лукас Пападимос

Архитект на присъединяването на Гърция към еврозоната, бивш вицепрезидент на Европейската централна банка (ЕЦБ), екс-гуверньор на Националната банка на Гърция, макроикономист със световна известност е новият премиер на Гърция.

От Лукас Пападимос (Lucas Papademos) елините очакват да осигури така нужното доверие на международните кредитори към Атина. В същото време той трябва да убеди гърците, че огромните увеличения на данъци и орязването на бюджетни разходи, които светът иска, са необходимите жертви по пътя за спасението на страната от фалит и излизане от Еврозоната.

Ерудит

Роденият преди 64 г. на 11 октомври в Атина професор има респектираща академична и финансова биография. След завършването на колеж в гръцката столица през 1966 г. той заминава за САЩ, където през 1970 г. се дипломира като бакалавър по физика в Техническия институт в Масачузетс (MTI). Две години по-късно Пападимос завършва магистърска програма и получава диплома на инженер по електротехника. Точните науки го насочват към икономиката и света на финансите. Докторската си дисертация по икономика защитава в годината, през която се венчава за Джейн Х. М. Инграим (1977 г.) с магистърска теза на тема „Безработица и антиинфлационна политика". Негов наставник е покойният Франко Модиляни, който по-късно, през 1985 г., става Нобелов лауреат по икономика. Америка оценява по достойнство знанията на Пападимос и му предлага в началото асистентско място в MTI. Когато защитава професурата си,

специалистът започва да преподава финанси в Колумбийския университет (Columbia University in New York), където остава до 1984 г., а през следващата година отскача да чете лекции по икономика в Атинския университет (University of Athens).

Експерт

През 1980 година става финансов експерт на Федералната банка на САЩ в Бостън. Опитът от работата му за националната валута на САЩ му дава увереността, че може да се справи с предизвикателствата, които стоят по това време пред гръцката драхма. През 1988 г. финансистът започва работа към Гръцката национална банка като финансист и главен икономист, 5 години по-късно става подуправител, а от 1994 г. – управител на гръцката централна банка. Пападимос остава на поста следващите 8 години, през които подготвя присъединяване на Гърция към Европейския валутен съюз през 2001 г. и преминаването на страната от националната валута - гръцката драхма, към единната европейска валута - евро, през 2002 г. През това време заслугите му към гръцката икономическа мисъл не остават незабелязани и Атинската академия на науките го прави свой член, а гърците започват да се радват на нови коли и имоти, заради ниските цени на отпусканите от търговските банки заеми, които се надпреварват да раздават пари, окуражавани от постоянно свалящата лихва на централната банка, която на всичкото отгоре успя да запази независимостта си от натиска на политиците. Пападимос намира време да пише статии в областта на макроикономическата теория, структурите и функционирането на финансовите пазари и парично-кредитната политика и анализа.

Евробанкер

До заветната 2002 г., когато поема поста на вицепрезидент на Европейската централна банка, Лукас Пападимос последователно е член на Съвета на Европейския валутен институт (1994 - 1998 г.) и на Разширения съвет на ЕЦБ от 1999 г. Кариерата му набира зашеметяваща скорост и го изпраща директно във Франкурт през 2002 г., за да остане там през следващите 8 г. като втори човек в ЕЦБ. Въпреки очевидно европейската си насоченост, финансистът не изпуска от поглед и случващото се в любимата Америка. През 2005 година той описва риска на американския пазар за недвижими имоти и прави мрачна прогноза за неговото рухване. Но тогава никой не обръща внимание на бившия американски професор. До 2007 г., когато прогнозата се превръща в мрачна реалност. Всъщност и заради нея, след като напуска шефското място в ЕЦБ Пападимос се отправя отново към САЩ, за да поднови академичната си кариера в най-старото американско учебно заведение - Харвардския университет (Harvard University).

Безпартиен

Лукас Пападимос обаче не къса връзките с родината и става нещатен икономически съветник на премиера Георгиос Папандреу. Ето защо веднага след фиаското на бившия премиер с предложението за провеждане на референдум по спасителния за Атина план, името на Пападимос първо изплува сред потенциалните наследници на Папандреу. Въпреки че никога не е заемал политически пост и не е членувал в политическа партия, или именно заради това, той бе предпочетен от политическите лидери в Гърция и президента Каролос Папуляс, който го натовари с отговорността да сформира новото коалиционно правителство на националното единство в Гърция. Социологически проучвания показаха, че финансистът е по-разпознаваема и заслужаваща доверие фигура от останалите спрягани за поста имена, сред които са бившият външен министър Петрос Моливиатис, европейският омбудсман Никифорос Диамандурас и бившият еврокомисар за околната среда, сега заместник-председател на главната опозиционна партия Нова демокрация Ставрос Димас. Правителството на Пападимос ще има нелеката задача да спаси затъналата от дългове страна от банкрут и да я задържи в еврозоната поне до провеждането на предсрочните избори, които трябва да се състоят на 19 февруари догодина. Новият кабинет ще трябва да приложи спасителния план в размер на 130 млрд. евро, договорен с Европейския съюз на 27 октомври, според който частните кредитори на Гърция се отказват от 50% от гръцкия дълг към тях. Мярката ще намали автоматично със 100 млрд. евро националния дълг на Атина, който в момента е 350 млрд. евро, но срещу структурни реформи в страната. Всъщност веднага след избирането му за премиер гръцката фондова борса отчете рязък ръст на цената на акциите.

Мариано Рахой - орисан да оцелява

Кървавите ислямистки атентати в Мадрид през 2004 г. спряха политическата кариера на един амбициозен политик за цели 8 години. Мариано Рахой Брей (Mariano Rajoy Brey) бе взел на прицел премиерския пост и имаше всички шансове да бъде следващият министър-председател на Испания още тогава, но съдбата му изигра лоша шега. Три дни преди изборите взривовете на 10-те бомби в 4 влака на метрото, които убиха 191 и раниха над 2000 души в испанската столица, го завариха като министър на вътрешните работи и първи вицепремиер в правителството на Хосе Мария Аснар. Взривната вълна го отнесе далече от мечтания пост и отвори пътя към властта на социалистите, начело с Хосе Луис Родригес Сапатеро.

Два мандата разлика

Осем години по-късно те бяха принудени да поискат предсрочни избори след два спечелени вота, заради необходимостта от провеждане на строга икономическа политика и под напора на социалното напрежение. Испанците решиха, че лидерът на Народната партия (Partido Popular) Мариано Рахой е по-знаещият политик, който може да проведе икономически реформи в Мадрид, за да не стане Испания поредната държава, поискала помощ от Европейския фонд за финансова стабилност.

Политик тип „китайска канка”

Всъщност роденият на 27 март 1955 г. в Сантяго де Компостела политик е единственият между новите лидери на Европа, който идва на власт не като експерт икономист, а с политическата си биография. Но Рахой притежава онзи завиден инат, който е в състояние да направи чудеса с упорството на китайска канка. „Нашите врагове днес са икономическата криза и безработицата. Ние се сблъскваме с тях ежедневно и аз ви обещавам, че ще бъда смел в решенията си за изход от кризата. Смелост и предпазливост са две абсолютно съвместими понятия”, заяви новоизбраният премиер.

Прагматик

Рахой вече даде да се разбере, че подкрепя всяка инициатива, която ще изведе Испания от икономическата криза. Той каза „Да” на идеята на социалистите за промяна в конституцията, където да бъде записано ограничение за размера на бюджетния дефицит. Според него Испания е „носеща колона на еврото”, която ще поеме своята тежест и отговорност, както очакват нейните партньори. А това ще бъде доста трудно на фона на очертаващата се рецесия към която страната върви през следващата година.

30 години по-късно

Макар че звездният час на политика с 30-годишен стаж зад гърба си дойде точно в разгара на икономическата криза, по всичко личи, че той няма намерение да го изпусне. Правистът, който притежава всичко друго, но не и харизмата на предшественика си Сапатеро, ще трябва да докаже, че може да мисли за бъдещето на страната, също както своите дядо и баща, известни като отлични юристи, водели борбата за автономия на областта Галисия през 1932 г. От тях Рахой наследява усета към детайла, който може да преобърне на 180 градуса представата за цялото. Урок, който безспорно ще му бъде полезен в голямата политика също както и дисциплината, която белязва образованието му в католическо училище, известно със строгия си провинциален морал. Консервативното му отношение към случващото се около него го превръща в непредсказуем политик, който трябва да установи диалог с младите испанци, които излязоха на площад Сол с искания за работа, образование и социална държава.

Но щастливо жененият от 1996 г. политик за Елвира Фернандес Билбоа (Elvira Fernandez Balboa) и баща на един син Мариано, има амбицията да разбере бъдещето на страната и да го направи по-добро. Защото Рахой знае как се оцелява в трудни моменти – на 1 декември 2005 г. той се отърва само със счупен пръст, след като хеликоптерът, с който летеше, падна на земята и се разби.

Новият шеф на ЕЦБ Марио Драги показа, че няма да пуска печатницата за пари, а ще наложи строга финансова дисциплина

Сеньор Недостъпен спасява еврото

Драги поема щафетата в ЕЦБ от Жан-Клод Трише

Заклет европеец и технократ пое управлението на банката, която кове бъдещето на единната европейска валута. Сеньор Недостъпен, както е известен заради опитите му да се намира на две места едновременно и навика често да изключва мобилния си телефон, Марио Драги ще има тежката задача да запази стабилността на еврото в условията на тежка икономическа и назряваща политическа и социална криза. Но Супер Марио - каквато е другият прякор на финансиста – има знанията, опита и силите да се пребори за бъдещето на еврото също като героя от едноименната компютърна игра.

АНТОН АНДОНОВ

Тежки времена и трудни решения очакват новия шеф на Европейската централна банка (ЕЦБ). След края на епохата на досегашния председател на финансовата институция Жан-Клод Трише, който пое управлението на трезора от холандеца Вим Дуизенбург и го ръководи осем години, дойде времето на третия президент на ЕЦБ. Римският воин Марио Драги занапред ще определя политиката на единната европейска валута. Французинът пое ЕЦБ, когато еврото тъкмо се изправяше на крака след войните на Балканите и кризата на „дот-комите" в САЩ и приложи консервативен подход в управлението на паричната маса в еврозоната. Неговата главна цел бе да

задържи инфлацията дори по времето на кредитната криза

Трише си спечели славата на хардлайнер, който последен от ръководителите на основните централни банки намали рефинансирането до минимума от 1%, което все пак беше повече, отколкото в САЩ, и първи след това повиши основната лихва. Но Трише не успя да се справи с надутия

„балон" на пазара на недвижимите имоти, както и последиците от неговото гръмване след кризата на същия пазар през 2008 г. в САЩ. Рухването на финансовите пазари доведе до безпрецедентна следвоенна икономическа рецесия и ръст на безработицата, от които най-сериозно пострадаха „периферните страни" на Европа. В тези държави кризата премина в следваща фаза - на дълга, която в момента е на път да обхване Стария континент. Натрупаните през последните осем години проблеми сега трябва да решава неговият наследник, който встъпи в длъжност на 1 ноември.

Италианецът Марио Драги е роден на 3 септември 1947 г.. Съпругът и баща на две деца и заклет спортист завършва икономика в университета La Sapienca в Рим. Там негов научен ръководител е прочутият Федерико Каффе.

При носителите на Нобелова награда за икономика Франко Модиляни и Робърт Солоу в Massachusetts Institute of Technology в САЩ Драги защитава кандидатската си степен по икономика. В биографията на италианеца следват 10 години преподавателска работа в университета във Флоренция (1981 - 1991 г.) и заедно с това от 1984 до 1990 г. работа като един от изпълнителните директори на Световната банка.

През 1991 г. точно той е човекът, който поема в ръцете си управлението на държавното съкровище на Италия и остава на този пост до 2001 г. През това време Драги успя да оглави националната комисия, чиято цел е да ревизира италианските закони за корпоративни и финансови транзакции и да предложи приемането на закон, съществено променящ принципите на управление на италианските финансови пазари. Промяната във финансовата система на Ботуша разрешава на търговските банки да извършват и инвестиционна дейност на фондовите пазари, откъдето идват по-големите печалби, но и съществените рискове от загуби. Това всъщност е и златното време за италианската банкова система, която увеличава капитала си няколко пъти. Паралелно с това финансистът участва в управителните съвети на няколко банки и корпорации, където продължава да

отстоява принципите си за либерализация на финансовия сектор

От 2002 г. до 2005 г. Марио Драги е първи заместник-председател и управляващ директор на Goldman Sachs International, а задачата му на този пост е да осъществява мониторинг на дейността на мултинационалните корпорации в света. В тази авторитетна кредитна институция той успява да затвърди имиджа си на добър банкер, който знае къде е границата на точно пресметнатия риск. Всъщност в Goldman Sachs са работили много бивши и настоящи световни финансисти, сред които бившият и настоящият финансови министри на САЩ Хенри Полсън и Тимъти Гайтнър.

Енергията на римския боец е наистина неизчерпаема, защото Драги намира време да развива и научната си кариера. Той влиза в съвета на попечителите на редица висши учебни заведения в Италия и работи с икономисти от Научноизследователския институт в Принстън (Institute for Advanced Study), Ню Джърси (Princeton, New Jersey), Brookings Institution във Вашингтон и US правителствена академия John F. Kennedy School към Харвардския университет (John F . Kennedy School of Government, Harvard University).

От 16 януари 2006 г. Марио Драги сяда в президентското кресло на Banca d'Italia и се нагърбва с нелеката задача да изправи отново на крака Италианската централна банка.

По това време тя изпитва сериозни затруднения, причинени от управлението на неговия предшественик Антонио Фацио,

РОЙТЕРС

който е принуден да се оттегли след скандал и обвинения в корупция. Драги успява да върне авторитета и независимостта на банката и заради уважението, с което той се ползва във финансовите среди. Банкерът е смятан за сериозен, дискретен и решителен – все качества, всяващи респект в държавата на Апенините. Като централен банкер на една от най-силните икономики в Европа той става надзорник в съвета на Европейската централна банка (European Central Bank) и член на съвета на директорите на Bank for International Settlements и представлява Италия в управителния съвет на International Bank for Reconstruction and Development и Asian Development Bank. Наред с това европейската ориентация на Марио Драги е белязана от

председателството на Европейския форум за финансова стабилност (Financial Stability Forum) през 2006 г., който през пролетта на 2009 г. прераства в Съвет по финансова стабилност (Financial Stability Board).

Сега погледите на всички европейци са отправени към Франкфурт, където е централата на ЕЦБ. Някои от тях дори се опасяват, че управлението на европейските финанси е поверено в ръцете на италиански банкер, а гуверньорите от тази страна се славят с уменията си

да включват на бързи обороти печатницата за пари,

която помпа инфлацията. Този стереотип, известен от 80-те и 90-те години на миналия век, когато италианската лира поевтиня няколко пъти спрямо щатския долар, очевидно няма как да бъде приложен днес, защото Марио Драги е банкер, „замесен от съвсем друго тесто", чийто стил на работа напомня на предшественика му в ЕЦБ. От Драги се очаква да продължи да държи здраво юздата на инфлацията, която за Евросъюза трябва да бъде около 2%.

Битката в тази насока ще бъде жестока, защото ръстът на потребителските цени през октомври се ускори и достигна 3% на годишна база, а мерките за обуздаването на инфлацията включват още по-здраво затягане на коланите и безупречна финансова дисциплина на страните от еврозоната. Но в тази борба Драги няма да бъде сам. Очаква се банкерът да получи сериозна подкрепа от своите колеги в ЕЦБ.

На практика Драги е може би най-сериозният икономист сред своите предшественици във Франкфурт. Но за решаването на дълговата криза в Европа той ще трябва да намали ставката за рефинансиране и да започне да изкупува дългови книжа по примера на американския Федерален резерв, смятат анализатори отвъд океана.

Това обаче няма как да стане, защото Марио Драги не е привърженик на подобни решения, а дори и да реши да направи нещо подобно, веднага ще бъде спрян от представителите на трите стълба в европейската икономика – Германия, Франция и Холандия.

Драги поема управлението на еврото в един от най-тежките периоди за Европа. Дълговата криза в Гърция набира скорост, вместо да върви към решение. Икономическият ръст в Италия, Германия и Испания е почти незабележим, а във Франция и Португалия той спря. В Мадрид безработицата надхвърли 21%, а вълната от социално недоволство набира сила с всеки изминат ден. В тези условия Марио Драги трябва да прояви йезуитските си умения, придобити в най-ранното му обучение. 64-годишният Супер Марио вече даде заявка, че осъзнава не само тежестта на проблема, но знае и начин за справяне с него. „Живеем в решаващи времена, вървим към нов европейски пакт", заяви той ден преди да поеме делата на единната европейска валута в ръцете си. Всъщност още в първия ден от пристигането му във Франкфурт ЕЦБ рязко увеличи обема на покупка на италиански облигации, чиято доходност е с 436,3 пункта по-ниска спрямо считаните за най-сигурни държавни книжа на Германия. Какво ще направи още - в момента знае само той и архитектите на обединена Европа.

CHIVAS

HERE'S TO GIVING YOUR WORD AND KEEPING IT.

LIVE WITH CHIVALRY

ЗА СЪВРЕМЕННИ РИЦАРИ

Консумирай отговорно.
www.konsumirai-otgovorno.bg

Рискови модели

Програмата JEREMIE улеснява достъпа до финансиране на бизнеса, фондовете стартират догодина

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Малкият и средният бизнес може да получи финансиране при доста изгодни условия. Чрез Европейския инвестиционен фонд (ЕИФ) към него са насочени 199 млн. евро. Средствата са по ОП „Конкурентоспособност", като за целта се прилага инструментът за финансов инженеринг – JEREMIE (Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises). До момента по инициативата са структурирани пет продукта - четири фонда за дялови инвестиции и една гаранционна схема за банкови заеми. С тях ще се финансират инвестиционни проекти на малки и средни фирми, при които съществува риск за реализирането им. Целта на програмата е да отпуши по-рисковото финансиране на широк кръг от малки и средни бизнеси, за да се разкрият тези, които притежават потенциал.

JEREMIE е специфичен финансов инструмент, използван от Европейската комисия (ЕК), чрез който част от средствата от Структурните фондове се насочват за капиталово и дългово подпомагане на малки и средни фирми. У нас се финансира от Европейския фонд за регионално развитие и се съфинансира с 15% от държавния бюджет в рамките на ОП „Конкурентоспособност".

Пътят на парите

Алтернативни начини за финансиране на бизнеса са особено необходими в условията на криза. За разлика от кредитите, които винаги са основен източник за разширяване дейността на всяка компания, фондовете за дялово инвестиране осигуряват допълнителна възможност за модернизиране на бизнеса, който е твърде рисков за банковата система. По принцип управлението на парите по JEREMIE се възлага на холдингов фонд, чиято задача е да ги разпределя към гаранционните или рисковите фондове, които са финансови посредници. Според правилата на ЕК чрез обществени поръчки или с директен договор функциите на холдинговия фонд могат да се възлагат на Европейската инвестиционна банка, на Европейския инвестиционен фонд (ЕИФ) или на национална

Условията и схемата

Размерът на заемите, отпускани по JEREMIE, е до 1,875 млн. евро, а за проекти от транспортния сектор - до 937,5 хил. евро. Всяка банка поставя лимит - в СИБАНК и ОББ до 1,875 млн. евро, УниКредит Булбанк отпуска до 1 млн. евро, а Прокредит банк - до 800 хил. евро. Срокът на издължаване е до 6 г. Част от парите могат да се използват за увеличение на оборота, но само ако допълват инвестиционен проект. Стойността на гаранционния фонд по JEREMIE е 78 млн. евро. Общият обем заеми, които могат да отпуснат петте банки, е 400 млн. евро. Фондът покрива загуби за институциите в размер до 25% от общия кредитен портфейл. Той обаче не осигурява средствата за финансиране, банките кредитират със собствен ресурс. Срокът на програмата е 30 месеца, който започна в началото на септември.

институция. От името и за сметка на българското правителство у нас средствата по JEREMIE се управляват от ЕИФ, който създаде „Джереми България" ЕАД.

От три на четири

В началото на октомври Европейският инвестиционен фонд избра мениджърите на три от рисковите фонда, структурирани по инициативата JEREMIE. Neveq Capital Partners ще управлява фонда за малки компании на ранен етап от развитие в хай-тех сектори като софтуер и комуникации. Axxess Capital е избран за мениджър на фонда за компании в процес на растеж, а Bulgaria Mezzanine Capital - за хибридния инструмент, съчетаващ капиталови инвестиции и необезпечен дълг. Трите фонд мениджъра бяха избрани измежду 29 оферти. Реалната инвестиционна дейност на фондовете ще започне до края на годината или през първото тримесечие на 2012 г. Фондът за стартиращи малки компании разполага за начало на дейността си с капитал от 30 млн. евро, като 21 млн. от тази сума са за сметка на JEREMIE, а останалите средства са частен капитал, набиран от фонд мениджъра. Другите два фонда – Axxess Capital и Bulgaria Mezzanine Capital, ще са с 60 млн. евро капитал, половината от които ще са от сметките на JEREMIE.

През 2012 г. ще заработи още един специфичен фонд, който ще финансира нови бизнес идеи за стартиране на компании - Seed Fund. До 12 октомври беше срокът за подаване на предложения от потенциалните фонд мениджъри. Получени са 11 кандидатури и в момента се оценяват офертите. Фондът ще е с капитал от 20 млн. евро, ще инвестира в новостартиращи иновативни бизнеси. Максималната инвестиция в един проект ще бъде 200 хил. евро. За програмата ще могат да кандидатстват и чужди предприемачи, като условието е да регистрират бизнеса си в България. Парите по схемата трябва да се усвоят до края на 2015 г. Средствата ще се отпускат на два пъти, защото фонд мениджърът на всеки етап ще преценява степента на риск и възвръщаемост на проекта. Практиката показва много успешни примери в подпомагане на предприемачеството по тази схема, сред които е създаването на компании като Google, Skype и Zynga.

„България е единствената страна - член на ЕС, която чрез ОП „Конкурентоспособност" предвижда използване на пълен набор капиталови инструменти за всеки етап от жизнения цикъл на компаниите – от ранната им фаза на развитие до капиталите за експанзия и мецанин финансиране в по-зрял етап, когато бизнесът расте", твърди министърът на икономиката Трайчо Трайков. По думите му в следващите месеци фондовете ще инвестират в различни компании общо 150 млн. лв. За всяко евро, отпуснато от холдинговия фонд по JEREMIE, се добавят 2,25 евро частни капитали, напомня министърът.

През миналата година Министерството на икономиката, енергетиката и туризма договори с ЕИФ правилата за прилагане на инициативата JEREMIE, като даде приоритет на рисковото финансиране за сметка на заемите. Фокусът на финансирането се премести от наличните грантови схеми, по които фирмите могат да създават проекти, към инструментите за финансов инженеринг, който финансира инвестиции, от които самият бизнес има нужда. Изчисленията на икономическото министерство показват, че 32% от грантовите проекти на иновативни компании и над 30% от предложенията за подобряване на технологиите и управлението в предприятията досега пропадаха заради липса на средства.

От лесно по-лесно

Парите от структурните фондове по JEREMIE са на професионално управление от ЕИФ. На пазарен принцип фондът като инвеститор предоставя финансиране на посредници от финансовата система. Няма формални процедури за кандидатстване и одобрение, а гаранционният продукт дава възможност на банките да кредитират дългосрочни бизнес проекти. Нестабилната пазарна среда обаче принуждава кредитните институции да постъпват консервативно, като се застраховат със свръхобезпечение, защото рискът за успех на дългосрочните проекти е много висок. Затова идеята на JEREMIE, в частта за банковите гаранции, е да направи продукт, който стимулира банките да отпускат заеми за рискови бизнес проекти, които без гаранциите от структурните фондове не биха

Централата на ЕИБ, където преценяват какви средства ще подпомагат икономиката на страните от ЕС

Фирмите разчитат на финансиране, за да обновят производството си

финансирали.

„Гаранциите са структурирани така, че, от една страна, са съобразени с регулациите на Европейската комисия за държавна помощ, от друга - дисциплинират банките при оценка на кредитния риск, без да изискват свръхобезпечение", обяснява Христо Стоянов от регионалния офис на ЕИФ. „Има риск във всеки заем, затова банките следват добрите практики за оценка и одобрение на инвестиционни кредити. За всеки заем с гаранции по Джереми има разумни нива на обезпечение и понижен риск от банкови загуби, затова и банките правят специални портфейли по Джереми."

Осигурените гаранции стимулират отпускането на заеми за по-рискови проекти, но преценката и кредитното одобрение остават изцяло в банките – те решават кой проект да финансират и кой не.

„Критериите за допустимост на кредитите са дефинирани в договорите с всяка банка. За всеки заем, отпуснат по JEREMIE, когато отговаря на изискванията, автоматично се получава гаранция. В ЕИФ не избираме кой заем да гарантираме и в това е фундаменталната разлика с другите финансови продукти. Когато кредитът е с позволения лимит, в сектор и дейност от обхвата на програмата, ако е с инвестиционна цел и е отпуснат на кредитополучател, който попада в дефиницията за малък и среден бизнес, той получава гаранция. Решението дали да бъде одобрен даден заем е на банката, която го преценява според вътрешната си политика за оценка на риска", посочва Христо Стоянов.

**** Финансовият инженеринг включва проектирането, разработката и реализацията на иновационни финансови инструменти и процеси, а така също и творческо търсене на нови подходи към решаването на проблемите в областта на финансите.***

Партньорите са пет

В средата на юли УниКредит Булбанк, ОББ, Райфайзенбанк, СИБАНК и Прокредит банк подписаха договор с Европейския инвестиционен фонд, според който ще отпускат заеми на малки и средни предприятия по гаранционната схема на JEREMIE. От началото на септември те са готови да кредитират при облекчени условия за обезпеченията (с до 50%), тъй като ЕИФ ще покрива загуба от 80% за всеки отделен кредит, в случай че не бъде върнат. Размерът на заемите е различен в отделните банки, както и лихвата, при която се договарят и отпускат средствата. Тя се движи с 2-3 процентни пункта по-ниско от средното за пазара ниво, което е около 10% годишна лихва за инвестиционен заем за малка или средна фирма. Освен облекчения при обезпеченията кредитополучателите ползват и други преференции към заема - по-ниски или премахнати такси, намалени лихви.

Интересът към банковите кредити по инициативата JEREMIE е голям и вече има отпуснати десетки заеми, информират от ЕИФ. Кредитните искания се увеличават, въпреки че обхватът на програмата изключва отрасли като недвижимите имоти и селското стопанство.

Иновации сега

Фирми и научни институции могат да кандидатстват за суми до 500 хил. лв. от програма „Конкурентоспособност“

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Фирмите ще могат да получат до 500 хил. лв. за научноизследователска и развойна дейност чрез нова процедура по оперативна програма „Конкурентоспособност”. Общият й бюджет възлиза на 30 млн. евро. Особеното при нея е, че компаниите могат да подават проекти самостоятелно или с партньор. Те могат да кандидатстват за европарите до 10 юни 2012 г. на три етапа. Интензитетът на отпусканата помощ варира от 25 до 50%, но ако предприятията отговарят на някои допълнителни условия, може да достигне и до 80%. Процедурата е допълнение на обявените досега схеми, свързани с иновации, като обхватът на дефиницията за иновативни продукти, процеси и услуги е максимално разширен.

Обхватът

По процедурата се отпускат средства за провеждане на научни изследвания или експериментално развитие, като може да става въпрос за създаване на нови или просто за усъвършенстване на иновативни продукти, процеси или услуги. Кандидатите могат да получат финансова подкрепа за професионални консултации, свързани с придобиването на права върху индустриална собственост, както и за консултантски услуги за подготовка и визуализация на проекта.

Сътрудничеството

Фирмите могат да подадат проекта си самостоятелно или в партньорство с други компании, научноизследователски организации, университети и др. В случаите, когато си партнират две или няколко компании, задължително един от партньорите трябва да бъде микро-, малко или средно предприятие. Нито един от партньорите обаче не трябва да поема повече от 70% от допустимите разходи по проекта за сътрудничество. Ако си партнират предприятие и научноизследователска организация, последната трябва да поеме най-малко 10% от общите допустими разходи.

Субсидиите

Максималният размер на субсидията е 500 хил. лв., като не е предвиден минимален праг. Допустимите разходи или тези, които ще бъдат поети при финансирането, са до 50% по проекти за индустриални научни изследвания и до 25% за експериментално развитие. В зависимост от категорията на предприятието допустимите разходи могат да се увеличат с още 20% за микро- и малки фирми и с 10% за средно големи компании. Ако кандидатът има партньор по проекта, максималното ниво на безвъзмездната финансова помощ се увеличава с още 15%. Така едно малко или средно предприятие може да получи до 80% за индустриални изследвания и до 60% за експериментално развитие. При средните предприятия прагът на допустимите разходи се увеличава съответно на 75 и 50% в зависимост от типа на проекта, а за големите фирми – на 65 и 40%.

Сроковете

По процедурата може да се кандидатства на няколко етапа. Първата сесия ще е открита до 10 февруари, втората - до 10 април, и последната – до 10 юни. Така фирмите, които са най-подготвени с проектите си, ще могат да ги подадат веднага и няма да се губи време в изчакване на останалите.

Равносметката

Досега по ОПК бяха обявени две схеми, свързани с иновациите – за финансова подкрепа за създаване и развитие на стартиращи иновативни предприятия и за внедряване в производството на иновативни продукти. По данни на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия към месец август по тях са сключени 41 договора, като реално се изпълняват 28. По данни на Информационната система за управление и наблюдение на средствата от ЕС (ИСУН) по договорите за иновации са договорени над 23 млн. лв., а реално са разплатени малко над 4.6 млн. лв.

Експерти на министерството на икономиката от една година подготвят специален закон за иновациите, чрез който трябва да се предвидят стимули за насърчаване на иновативната дейност на предприятията и научните разработки в различни области. С него трябва да се уреди и сътрудничеството между бизнеса и научните институции.

Ренесансът на машините

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Много от българските малки и средни фирми преоткриха лизинга като начин за финансиране на инвестициите в дълготрайни активи. Той винаги е бил реална алтернатива на потребителския банков заем, а до известна степен и на инвестиционното кредитиране, а по време на криза доказва своите предимства на кредитен инструмент с по-голям достъп до финансови средства.

Предимствата на лизинга са поетапно изплащане, липса на друго обезпечение, разсрочване плащането на ДДС за целия период на сделката, по-гъвкав договор, по-лесно договаряне в сравнение със стандартния кредит.

Като цяло новият лизингов бизнес в края на третото тримесечие на годината бележи ръст с 22% спрямо същия период на предходната година. Както и другите финансиращи компании, така и лизинговите дружества страдат от задушаващата прегръдка на кризата. Фирмите, които са основният обем от клиенти на сектора, не инвестират или силно са ограничили закупуването на дълготрайни активи като машини, съоръжения, индустриално оборудване, товарни и лекотоварни автомобили. Въпреки това продължава тенденцията на увеличено търсене на лизинг поради атрактивните условия и гъвкавите схеми на финансиране.

Гъвкави договори за лизинг осигуряват по-лесен достъп до финансиране за фирмите

Двете страни на монетата

Сключените през третото тримесечие на 2011 г. нови договори за финансов лизинг са в размер на 259,3 млн. лв. В сравнение

с второто тримесечие на тази година обаче обемът им намалява с 9,6% (27,4 млн. лв.). Като цяло секторът отбелязва спад в обема на лизинговите договори и лизинговият пазар се свива за единадесето поредно тримесечие, отчитат в БНБ. Към края на септември вземанията на лизинговите дружества намаляват до 3,72 млрд. лв. (4,8% от БВП). Спрямо предишното тримесечие спадът е с 3%, а спрямо същия период миналата година – 13%. За периода април – юни статистиката показва 6,1% на тримесечен и 21,14% на годишен спад във вземанията. Първото намаление беше отчетено през първото тримесечие на 2009 г. От тогава обемът на бизнеса се свива, но добрата новина е, че продължава да се понижава темпът, с който намаляват вземанията.

Необслужваните задължения отбелязват ръст от 0,9% през третото тримесечие спрямо предходното и стигат до 22,8% от общата стойност на договорите. Те надминаха 20% още в края на миналата година, след като през последното тримесечие на 2008 г., когато за първи път беше отчетено увеличение на обема им, със задълбочаване на кризата постоянно растяха. Увеличаващият им се дял се дължи не само на това, че размерът им расте, но и заради продължаващото свиване на общия обем вземания и ниското нарастване на новосключени лизингови договори.

От обеми към стойност

Лизингът на леки автомобили силно пострада и понижението в края на септември на годишна база е 24,7% до 963,3 млн. лв. Делът му спрямо общия пазар падна от почти една трета преди година до 26,4% в края на третото тримесечие. За една година вземанията по договори за финансов лизинг на товарни и лекотоварни автомобили в края на септември отбелязва понижение с 9% до 891,5 млн. лв. Като цяло обаче относителният им дял се увеличава от 23.3% в края на септември 2010 г. до 24.5% в края на третото тримесечие на тази година.

„Ще продължи работата по подобряване на качеството на активите", подрежда приоритетите пред лизинговите играчи главният изпълнителен директор на УниКредит Лизинг Румен Иванчев. Според него трябва да се залага на разумно управление на риска и развитие на стратегията „от обеми към стойност". „Това е начин за създаване на добавена стойност за клиентите, въпреки финансовата ситуация, която изисква по-силно внимание към оценката на риска", напомня финансистът.

Моделът проработва

Въпреки че сумата на новите договори за лизинг на машини, съоръжения и индустриално оборудване в края на септември се понижава на годишна база с 14% до 973,7 млн. лв., относителният им дял намалява незначително с 0,3% в сравнение с година по-рано. Като цяло техният обем е най-голям в лизинговия бизнес. Компаниите отчитат повишен интерес към покупката на техника, с която производствените предприятия се стремят да увеличат конкурентоспособността си. Машините изживяват своя своеобразен Ренесанс като най-сериозен е делът на земеделската техника. Напоследък в сектора на земеделието навлизат големи играчи като производители и арендатори на селскостопанска продукция. Те се нуждаят от ново оборудване, защото досегашното е морално остаряло и подмяната му е наложителна.

Костадин Караджов,
председател на УС и изпълнителен директор на ДСК Лизинг:

- Лизинговият пазар продължава да се свива и през трето тримесечие, но нараства стойността на новите договори. Преоткриха ли фирмите лизинга като начин на финансиране?

- Вярно е, че лизинговият пазар все още не се отличава с особена динамика, но напоследък се наблюдава повишен интерес към лизинг на машини, производствено оборудване и транспортни средства за осъществяване на товарен автомобилен транспорт. Моите лични впечатления са, че има засилено търсене в сектора на транспорта от фирми, които изпълняват поръчки в чужбина. Забелязва се и тенденция за частично пренасочване на бизнес от банките към лизинговите дружества, особено когато става дума за финансиране на по-специфично оборудване и машини. Този феномен се потвърждава от справката за растежа на лизинговите портфейли през третото тримесечие, в сравнение с второто, където се вижда, че при някои от финансовите институции

Развиваме бизнеса на клиентите

кредитните портфейли падат, а същевременно лизинговите компании подобряват профила си.

- Как се финансира ДСК Лизинг?

- Като дъщерно дружество на Банка ДСК получаваме нашия ресурс от банката майка – ОТП Банк. Към настоящия момент не набираме средства от други източници.

- Кой е най-надеждният лизингополучател, на който не можете да откажете? Гражданите или фирмите са по-добри клиенти?

- Труден въпрос, на който не би могло да се отговори еднозначно.

Например договорите за лизинг, сключени с физически лица, са за по-малки суми и по-лесно се управляват, за разлика от лизинги, предоставени на фирми.

Процесът по управление на портфейла ни силно се влияе и от финансовата култура и отношение на клиентите ни към кредиторите въобще. За съжаление в някои случаи договорните ни взаимоотношения зависят от личностните качества и индивидуални предпочитания на управляващите фирмата – наш клиент, а не от приетите в практиката корпоративни принципи на договаряне и бизнес партньорство.

Идеалният клиент е мечта за всяка компания, но той в действителност трудно се среща.

- Как постъпвате с клиенти, които са били коректни във взаимоотношенията си с лизинговата компания, но в един момент започват да изпитват затруднения? Докъде могат да стигнат компромисите?

- Компромиси се правят в разумни граници. Винаги трябва да се търси баланс между интереса на клиента и този на кредитора. Целта на лизинговата компания е не да бъде брокер на изземи или върнати активи, което неминуемо води до допълнителни разходи за компанията, а да си събере парите по сключените договори. Естествено за клиенти с временни или трайни финансови затруднения, които имат желанието да изпълняват коректно поетите задължения към лизинговата компания, се подхожда с разбиране и се търсят варианти за предоговаряне или преструктуриране на дълга.

- Има рамково споразумение с икономическото министерство за стимулиране на предприятия при изпълнение на схеми за безвъзмездна финансова помощ за инвестиции, които се реализират по ОП „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007 – 2013 г." Ще се включите ли в него?

- В момента сме заявили желанието си да ни се предоставят изискванията и условията по тази програма, за да можем да предложим на клиентите по-добри условия при изпълнение на проектите им.

- Какви са предимствата от това споразумение?

- Осигуряват се средства, с които се реализират проекти. Ако направим паралел между банков заем и лизинг, ще видим, че банките обичайно с предмета на кредитиране търсят допълнително обезпечение, докато при лизинговия начин на финансиране това е самият обект на лизинг. В този случай бенефициентът от оперативната програма няма да търси допълнително обезпечение. Това е едно от предимствата, което той има при реализиране на проекта си чрез лизинг.

- Често се правят сравнения кой заем е по-изгоден – банковият или лизинговият?

- Вероятно зависи от актива, който се кредитира или лизингова. Това, което аз виждам на пазара за нови автомобили е, че лихвите на лизинга са доста атрактивни спрямо банковите.

- Има ли „доброволно" върнати или иззети лизингови стоки?

- Разбира се, че да, но процентът на върнатите/иззети активи е нисък, в сравнение с предоставените за ползване под формата на лизинг активи. До момента ДСК Лизинг постига добри резултати по отношение подобряване качеството на портфейла в сравнение със средния за системата.

- Казахте, че гражданите са по-добри клиенти от фирмите.

- Зависи от профила на лизинговата компания. Някои дружества имат сключени договори с дистрибутори на автомобили и при тях новите коли вървят по-добре.

При нас се търсят повече втора ръка автомобили от среден клас на не повече от 2-3 години на цена 15-20 хиляди евро.

- Правено е изследване, според което от предпочитанията на клиента към дадена марка се прави извод доколко е благонадежден. Съществува ли такава зависимост?

- Нямам впечатления, но според мен качеството на клиента не зависи от марката кола. Изборът на марка и модел би следвало да се определя от финансовите възможности на клиента и какви са актуалните предложения на пазара. Факт е, че по-голям процент от изтетите автомобили са луксозни. Вероятно преди кризата клиентите са си представяли, че могат да се разполагат по-широко, но след 2008 г. ситуацията се промени и някои от тях, които са си позволили лукса да карат хубави и скъпи автомобили, изпаднаха в състояние да не могат да си плащат вноските.

- В бюджета догодина ще се акцентира на земеделието. От статистиката се вижда, че има увеличение на дела на селскостопанска техника. Очаквате ли интерес към продажба на такива активи?

- Има засилен интерес към лизинговане на нова селскостопанска техника, най-вече от производители и арендатори -големи играчи в селскостопанския сектор. Секторът се нуждае от нова техника, защото в повечето случай сегашната е морално остаряла.

- Работите ли с конкретни доставчици на техника?

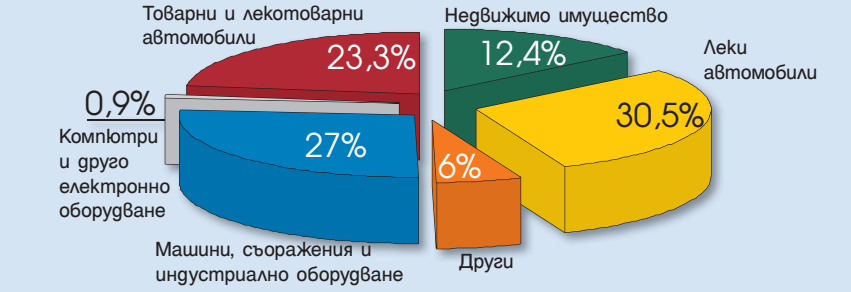
- „ДСК Лизинг" АД е в договорни взаимоотношения с най-различни доставчици на техника и оборудване.

- Какви мерки вземате, за да бъдете по-активни на пазара?

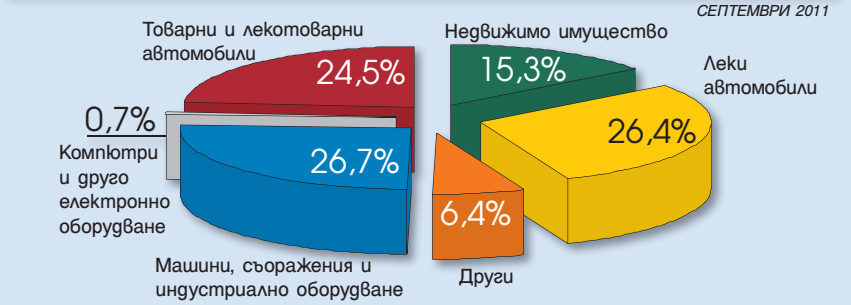
- Всяка компания има стратегия за действие на пазара и свои приоритети. Някои са по-активни, други не толкова. Искаме ДСК Лизинг да има стабилна позиция, но както всички участници в икономическия живот и ние зависим от пазарните условия. Досега практиката и опитът от близкото минало показват, че ръстът като самоцел не е много здравословен, впоследствие се получават и дефекти от гледна точка на качеството. Затова, когато човек прави продажби би трябвало да се замисли и за последващото развитие и да държи на качеството. Нашата цел е да имаме умерен растеж и ще финансираме, но не на всяка цена. ДСК Лизинг има добър потенциал като част от групата на Банка ДСК, която има най-развитата клонова мрежа в страната. Планираме да развием крос- продажбите с банката, с което ще спечелят общите ни клиенти. Това е синергия, която е добре да се използва и обичайно се прави в банковите групи. По този начин ще предложим стабилна платформа от разнообразни финансови услуги за нашите клиенти, което ще им осигури нужната финансова подкрепа в различни направления и проекти.

Вземания по финансов лизинг по вид на актива

СЕПТЕМВРИ 2010

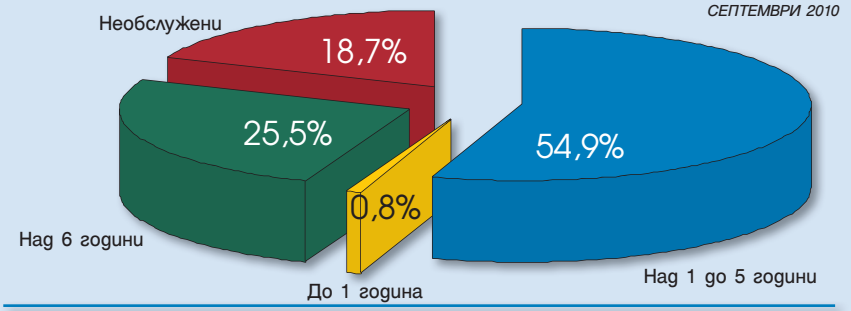


СЕПТЕМВРИ 2011

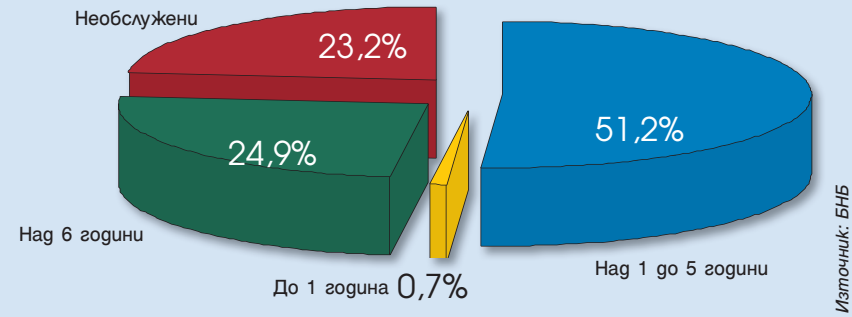


Вземания по финансов лизинг по вид на актива

СЕПТЕМВРИ 2010



СЕПТЕМВРИ 2011



Източник: БНБ

Шифърът на Топлофикация

© АНТОН КОВАЧЕВ

Държавата със закон превърна в крепостни абонатите на Топлофикация. Проблемът ескалира, но властта не ще да го реши

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Няма нищо по-лошо държавният монопол да се замени с частен и това е общоизвестна истина. Няма нищо по-хубаво от монопола, стига да го притежаваш, контрира Рупърт Мърдок. Коя фирма не би желала да има гарантирани клиенти, при това осигурени със закон. И то така, че няма начин плащането да им се размине.

Данък „Парно”

Законът за енергетиката превърна в крепостни на Топлофикация собствениците на жилища в топлофицирани блокове. Най-голям за потребителите е проблемът в старите апартаменти с вертикални щрангове, които минават през всички стаи. Дали желаете да ползвате парно, дали имате финансовата възможност да плащате , законът не се интересува. Стига съседи във входа да искат топли радиатори, вие автоматично ставате длъжник на Топлофикация. С онези, които отказват да плащат сметки, които на практика не може да оспорят, монополистът се среща в съда. От години потребителите търсят начини да се преборят с този данък „Парно”, но държавата остава глуха. И това още повече окуражи топлофикациите да търсят чрез Темида своята лепта от всеки абонат.

Има ли начин потребителят да се избави от този кошмар? Абонати на „Топлофикация Разград” например се оплакват от непрозрачните сметки, лошата комуникация с дружеството и отказа да им бъдат предоставени разпечатки за дължимите суми по месеци. Изпълнителният директор инж. Свилен Маринов съветвал свои недоволни клиенти да изберат един от трите варианта: да плащат сметките, да отрежат тръбите или да продадат апартамента.

От едната страна

„Законът постановява, че независимо дали живеят в имота, или не, и дали ползват услугата, или не, собствениците остават потребители на топлинната енергия, отдадена от сградната инсталация. Тази топлинна енергия е част от общата, постъпила в сградата, и подлежи на разпределение между всички собственици на апартаменти, подчертавам, между всички собственици, независимо дали те отоплявят имота си”, обяснява изпълнителният директор на „Топлофикация - Бургас” инж. Вълю Дучев. Задълженията към Топлофикация се

Инж. Ангел Ангелов от „Топлофикация Сливен“ намери формула, примамлива за клиентите

трупат, без дори клиентът да има индивидуален договор с нея. „Законът за енергетиката постановява, че топлинната енергия се продава на битовите клиентите по Общи условия, одобрени от ДКЕВР, т.е. не се сключват индивидуални договори. Това важи и за еленергията, а не съм сигурен дали не е така и за ВиК. Общите условия съгласно Закона за енергетиката играят ролята на договор”, обяснява още инж. Дучев.

От другата страна

Има ли клиентът полезен ход? Той може да се оплаче на някоя от потребителските организации. Федерацията на потребителите дори е отделила един час седмично специално приемно време по проблеми, свързани с топлофикация – само във вторник от 10.30 до 11.30 часа. Може да прати сигнал до ДКЕВР, но там потъва като глас в пустиня. Може да подаде жалба до националния омбудсман, но и неговата намеса не дава резултат. Гиньо Ганев направи усилия за промяна правилата на играта и се обърна (неясно защо) към Конституционния съд, който с Решение № 5 от 22 април 2010 г. даде зелена светлина на принудителната продажба под претекст, че това не е противоконституционна разпоредба: „Някои собственици и носители на вещни права самоограничават правата си на потребители, но това не бива да пречи на повечето от съсобствениците да ползват всеобщо предлаганата услуга топлоснабдяване и да получават комфортна топлина. Това е конституционосъобразно, защото самоограничаването не бива да накърнява права и законни интереси на други (чл. 57, ал. 2 от конституцията). Част от потребителите понастоящем се намират в тежко финансово положение, не могат да отделят нужните средства за отопление и се самоограничават от ползването на топлинна енергия.” Няма отговор въпросът защо не се позволява отказът от парно, дори когато клиентът не се нуждае от такава енергия или няма доверие в доставчика й. Всъщност решението на Конституционния съд даде нов коз в ръцете на монополиста. Топлофикациите започнаха масово да водят дела в съда срещу всички свои длъжници. А срещу армията от техни скъпо платени адвокати абонатът не би могъл да направи почти нищо, след като и законът не е на негова страна.

Бялата лястовица

Само „Топлофикация Сливен” освободи клиентите си от задължителната такса „сградна инсталация”. Дотук се стигна, след като през 2009 г. тя е изправена пред фалит. През 2007 г. дружеството става 100% частна собственост, но две години по-късно се налага да предприемат спешни мерки за оздравяването му, защото абонатите стигат до критичния минимум от едва 3500. За изпълнителен директор е назначен инж. Ангел Ангелов, дотогава изп. директор на мина „Черно море”. Изготвена е оздравителна програма, която е съгласувана с министерствата. Заради социалната й ангажираност абонатите на дружеството надхвърлят 10 000, а ТЕЦ „Сливен” очаква да приключи 2011 г. с 30% увеличение на приходите спрямо предходната година. В Сливен вече не се плаща такса „сградна инсталация”. Ръководството на дружеството осъзнава, че тя отблъсква потребителите. До 2009 г. в града се водят многобройни дела заради нежеланието да бъде плащана. Домакинствата автоматично вече не са длъжник за това, че през жилищата им минават тръби, защото те не се считат за отоплителен уред. Плаща се единствено за отоплявема площ. Има обаче апартаменти, в които банята е оборудвана с т.нар. лира – удебелена тръба. Те не могат да се отделят от системата и се плаща по 1 лв. за куб. м. Но и на това може да се намери решение с подмяната й от всички собственици.

С абонатите се сключват индивидуални договори, като възможност за преференции имат само лоялните клиенти, които редовно плащат сметките си. Заради сти-

Адвокат Незрет Бабучев:

Статистиката сочи, че „Топлофикация София” води около 50 хил. дела годишно, като едва около 3 хил. от тях се решават в полза на гражданите. Лавината от дела на и срещу енергийния монополист „Топлофикация” са основно заради противоречия в законодателството. Законът за енергетиката дава право на гражданина да подаде жалба до ДКЕВР, която сега е в ролята на арменския поп. Комисията най-вероятно няма да отговори. С промени в Закона за енергетиката тя трябва да се превърне в истинска енергийна полиция, а не да служи като пощенска кутия. При оплакване от абонати ДКЕВР трябва да може да осъществи контрол. Затова законодателството за целия енергиен сектор трябва да се пренапише, тъй като няма нищо по-лошо от лошите регулации.

Потребителският проблем в отношенията с топлофикациите е, че няма надеждни измервания – из-

мулите сега над 90% от абонатите са в категорията „лоялен клиент”. Ако апартаментът е 60 кв. м, то 10-15% от него са антрета и неотопляеми помещения. Площта се редуцира до 50 кв. м и при височина от 2.70 м обемът на отопляемата площ става 135 куб. м. Ако абонатът е изряден платец, той може да сключи договор за заплащане по 1 лв. за отопление на 1 куб. м. или за отоплението на целия апартамент няма да плати повече от 135 лв. месечно дори консумацията да е по-висока. Пести ли, плаща по-малко от договореното. Такива договори се сключват само с битовите абонати, и то за зимните месеци. Топлата вода е с пределна стойност от 6 лв. за куб. м през цялата година. Нейната цена също е най-ниска в страната. На голяма част от клиентите си „Топлофикация Сливен” извършва и топлинно счетоводство. При изтичане срока на батериите на старите уреди тя предлага новите да са с дистанционно отчитане, като абонатите плащат за обикновен уред, а разликата до цената на радиосъоръжението се поема от дружеството.

Аргументи

Ако не си плащате тока, ще ви го спрат. Ако не си плащате парното, сметките продължават да се трупат и има реална заплаха след намесата на съдебен изпълнител да останете без жилище. Използваната от потребителите топлоенергия се измерва с разнородни технически средства и по сложна и неразбираема методика. Потребителят много трудно ще се сдобие с убедителни писмени доказателства, че сметките, които му изпращат, са със завишени стойности. Методиките на фирмите за топлинно счетоводство остават тайнствени. Сравнението в старите блокове показва, че дължимите суми за апартаменти с демонтирани радиатори достигат до 60% от онова, което плащат съседите, които се топлят.

Когато през територията на страната се прави пренос на ток, газ, нефт, държавата получава транзитни такси. Подобно правило не важи, ако през вашето жилище минават тръби, чрез които Топлофикация извършва своята търговска дейност. На потребителите не им остава друго, освен да плащат сметките, независимо дали са съгласни с измерванията или с „доставката” като такава, иначе извлеченията по тях могат да станат основание за изваждане на изпълнителен лист срещу длъжниците. Опитите на потърпевши от Топлофикация да потърсят правата си в Европейския съд в Страсбург засега не са дали резултат. Има други две възможности: Европейският съд в Люксембург или законодателна промяна. Вместо да се водят нескончаеми съдебни дела, не е ли по-лесно най-сетне да се вдигне политическият чадър над свещените крави от Топлофикация и за тях да започнат да важат правилата на свободната конкуренция. Това крепостно право бе скрепено със закон от предишното правителство и управляващите в момента биха могли да го отменят. Засега обаче няма никакви индикации за подобна промяна. Всъщност има и трети вариант: Примерът на „Топлофикация Сливен” в отношенията с клиентите да се окаже заразителен…

Продажба може да има само след точно измерване

ключение са само новите блокове. Съгласно § 1 на Допълнителните разпоредби в Закона за защита на потребителите от 2006 г. при противоречие на разпоредби на два закона се прилагат тези, които осигуряват по-висока степен на защита на потребителите. Законът за енергетиката и Наредбата за топлоснабдяването №16-334 в частта за топлофикация е направен от енергийното лоби в ущърб на гражданите. Това е образец за крепостническо законодателство, приемайки за законови недопустими в гражданското право тези като наличие на договор без изрично волеизявление, а само въз основа на факта, че сте собственик, дори и когато изрично сте прекратили договорните си отношения. Според чл. 62 от ЗЗП доставката на стоки или предоставянето на услуги на потребителя срещу заплащане без изрично и предварително искане от негова страна е забранено. Но европейското право е транспонирано също в Закона за измерванията и в Закона за енергийната ефективност, Закона за защита на потребителите. Когато се продава нещо, то трябва да се измерва и при условие, че изрично е поискано. Крайно време е за промени в Закона за енергетиката, които да са съобразени с основните принципи на гражданското право в България и с европейските директиви. Вярно, нужни са мерки за енергийна ефективност, за да има добра топлоизолация на тръбите, но у нас един чисто технически проблем се превърна в юридически. Недопустимо е тези, които се отказват от парно и изрично са прекратили всякакви договорни отношения, да плащат всевъзможни такси. Когато говорим за търговска продажба, имаме цена и мерни единици, а не такси. Такса се дължи при предоставяне на услуга, а не при продажба на стока, каквато е топлинната енергия. Това, че компанията има загуби, си е проблем на компанията, а не на гражданите, които не искат да имат нищо общо с Топлофикация.

Мария Даскалова се отказа от комфорта в Голямата четворка и разви своя фирма

Честна одиторска

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Одитор, дипломиран експерт-счетоводител... Не си представяйте скучноват човек консерва, който носи черни ръкавели и цял ден прави сметки! Срещата с Мария Даскалова, която е собственик и управител на фирма „Одит консулт МД”, ще ви увери, че подобна представа е твърде архаична. Мария вдъхва респект и доверие със своята професионална компетентност, с личния си чар и харизма.

Периметър

„Одит консулт” извършва одиторски проверки по националните и международните стандарти на компании, като голяма част от тях са с чуждестранно участие. В списъка от техни клиенти са над 100 фирми, сред които РВД, БТА, „Кинтекс”, „Булгартел”, „Пристанищна инфраструктура”, „Авиостарт”. Компанията е платежен посредник на евродепутата Андрей Ковачев, тъй като Европейската комисия поставя изискване финансите на евродепутатите да се контролират от дипломиран експерт-счетоводител.

„Одит Консулт МД” извършва проверки на финансови отчети, изготвя междинни и окончателни одиторски доклади за изпълнението на проекти по ОП „Регионално развитие” и ОПАК. Кой има шанса да работи по европейските програми? Всъщност всяка фирма на регистриран одитор, която отговаря на изискванията, поставени за съответната обществена поръчка, може да кандидатства за одитор на европроекти. Въпрос на индивидуална преценка обаче е дали участието в надпреварата си струва, тъй като трябва да се подготви документация от над 100 страници. Според Мария Даскалова, когато е обявено, че критерий в поръчката е най-ниската цена, се стига до голямо ценово огъване надолу. Понякога се избира икономически най-изгодната оферта, но там пък оценката на одиторската методология обикновено се дава от хора, които не познават спецификата на тази работа.

Избор

Принципалът на компаниите с преобладаващо държавно участие всяка година прави конкурс за избор на одитор. Основен критерий често е най-ниската цена, но и в нея трябва да има предел и да не се стига до дъмпинг и нелоялна конкуренция, смята Мария Даскалова. За частните фирми няма подобно изискване и обикновено с тях партньорството е по-дъл-

Правилата

- ✓ **Доверието е важно – както на одитора към клиента, така и на клиента към одитора.**
- ✓ **Коректността към клиента не е за пренебрегване.**
- ✓ **Планирай добре, защото няма малки и големи клиенти, а всеки разчита на добре свършена работа.**
- ✓ **Преди да поемеш ангажимент за одит, прецени добре своята професионална компетентност. Не познаваш ли добре сферата, в която работи компанията, лесно може да се подведеш.**
- ✓ **В морето от информация не бива да плуваш сам, а да имаш кръг от хора в гилдията, от които да може да получиш съвет и на чиято професионална преценка да може да се довериш.**

госрочно. Има законово изискване одиторът на публичните компании и фирмите от обществен интерес да се сменя на всеки пет години. При по-дългосрочни взаимоотношения има опасност от създаване на неформални връзки и понякога те пречат на обективната и безпристрастна преценка и на професионалния скептицизъм, който е присъщ на одиторската професия, обяснява Мария. Затова според нея принципът на ротация на одиторите е много полезен.

Финансовите отчети на всички акционерни дружества задължително подлежат на одиторска заверка, за другите компании има три критерия: приходи над 2 млн. лв., актив на баланса над 1 млн. лв. и персонал над 30 души. Ако предприятието отговаря на два от тях, неговият финансов отчет трябва да бъде заверен.

Дори да не покриват тези критерии, напоследък инвеститорите и собствениците на компаниите с чуждестранно участие предпочитат финансовите им отчети да бъдат одитирани, за да са сигурни във верността на информацията. Най-често тези финансови отчети се консолидират от компанията майка и ако има грешки, това деформира данните за цялата група. С една дума, според Мария Даскалова се забелязва нарастване на общественото доверие към професията.

Безпристрастност

„В моята практика не съм имала дори и „намек" от клиенти за интервенция върху одиторското мнение. Нашата роля е да не се поддаваме на фактори, които биха повлияли на безпристрастната ни преценка за верността на финансовия отчет", уверява Мария Даскалова. Ако финансовите отчети не отговарят на изискванията на счетоводното и данъчното законодателство и са в нарушение на приложимите счетоводни стандарти, тогава одиторът има възможност да изрази резерви (квалифицирано мнение), а дори и да направи отказ от заверка. Това е въпрос на професионална преценка.

Финансовите отчети са важни първо за самите собственици на компании, за акционерите, но също и за банките. Ако информацията във финансовия отчет е изкривена и е представена в по-благоприятна светлина, това може да доведе до големи загуби за нейни партньори и контрагенти. Ролята на одитора е да направи вярна и честна преценка за активите и пасивите на дружеството. Той е длъжен да пази конфиденциалността на информацията, с която борави по време на одита. Това означава да не я използва за свое облагодетелстване - да купи акции от въпросната компания или да продаде информацията. За дипломираните експерт -счетоводители понятието „вярно и честно" не е морална категория, а е професионален стандарт, от който добрият одитор не бива да се отклонява в своята работа.

Под лупа

Опитът на Мария Даскалова показва, че в последните години се забелязва стремеж към наистина вярно и честно представяне на информацията във финансовите отчети. Бизнесът все повече разбира ролята на одитора в подобряване на информационната им стойност. Като лектор по международни стандарти тя вижда как ръководителите на предприятия държат техните счетоводни кадри да повишат квалификацията си, тъй като именно те изготвят отчетите.

Одиторската професия дава възможност за формиране на сравнително точна преценка за бизнес средата в България. Според Мария най-засегнати от кризата са строителството и съпътстващите го дейности. Компаниите от този сектор имат кредити и трудно се справят, след като дейността им силно се редуцира. Голям растеж обаче имат фирми, които предлагат добавки за хранителната индустрия.

Динамика

„Одит Консулт МД" е вече на 14 години. През 90-те години имало „глад" за одитори и така Мария Даскалова се решила да създаде свой бизнес: „Сега имам много повече опит, но за радост тогава не ми липсваше решителност. Имах смелост да се откажа от комфорта и доброто заплащане в KPMG и да проверя дали мога сама да се справя." Така 14 години по-късно според Мария одиторската работа е много динамична, подтиква към непрекъснато самоусъвършенстване, към следене на промените в законодателството и в международните счетоводни стандарти. Тя обича да сверяване часовника си с гилдията и с пазара.

Пушки и рози. Това обаче не е единствено и само името на културата рок банда с харизматичния червенокос вокал Аксел Роуз. Двете неща са в съчетание и на още едно място – в сърцето на Розовата долина, в най-стария ни военен завод – „Арсенал"-Казанлък. Той вече е изцяло частен, след като държавата наскоро продаде блокиращата си квота.

GUNS N' ROSES*

Едно от най-успешните предприятия във военно-промишления комплекс - „Арсенал" -Казанлък, вече е изцяло частно

ПАНАЙОТ АНГАРЕВ

Ако попитате работещите в оръжейния сектор какво за тях е приватизацията, със сигурност много малко ще дадат положителни оценки за случилото се през последните 20 години с българския ВПК. Загубени пазари, преминаване от военна към гражданска продукция, неуспешни опити да се пробие в Западна Европа с продукция по стандартите на НАТО, са записани на сметката на повечето от оръжейните заводи у нас. Има обаче една малка част от сектора, която със сигурност е доволна от раздържавяването, защото не само запази позициите си в международен план, а и ги укрепи и разшири.

Казанлъшкият „Арсенал" е най-добрият пример за това. Оръжейният производител се превърна през последните години в лидер в българския военен сектор и постепенно затвърди позициите си в райони като Южна Азия, Северна Америка и Африка. Според доклада на Междуведомственият съвет за контрол на експорта на оръжие и стоки с двойна употреба през миналата година България е осъществила износ на гладкоцевни оръжия за над 41 млн. евро. Страните, които са били крайни дестинации, са Индия (24,153 млн. евро), САЩ (5,8 млн. евро), Канада, Израел, Афганистан, Египет, Алжир и други. Разбира се, не целият износ е извършен от „Арсенал", но голям дял от него се пада на казанлъшкия завод.

Оръжейницата стъпва и на американския пазар през 2000 г., когато в Лас Вегас, Невада, е създадена компанията „Arsenal", която про-

Има над 100-годишна

„Арсенал" е специализиран в производството на стрелково и артилерийско въоръжение, боеприпаси, барути, капсули и пиротехнически изделия. Историята му води началото си от 1878 год., когато в Русе се създава специална фабрика за обслужване на новосъздадената българска войска - Русенски артилерийски арсенал. В началото на 1891 г. оръжейната фабрика е преместена в София и приема името Софийски артилерийски арсенал. През 1924 год. по стратегически причини цялото оборудване, документация и част от специалистите са преместени в Казанлък и така се създава Държавната военна фабрика. От 1988 година носи днешното си име „Арсенал".

В последните години заводът непрекъснато обогатява продуктовата си листа. Започва производството на нови спортни и ловни самозарядни карабини, които се произвеждат в два калибъра – 7,62 и 5,56 мм, както и самозарядни карабини с едноредов пълнител. Сред продуктите му е картечният пистолет „Шипка", гранатохвъргачка „Лавина" , подцевни гранатомети по стандартите на НАТО. С арсеналска бойна техника е оборудван и уникалният мобилен комплекс „Нинджа" 1М. В резултат

извежда оръжия по лиценз на българския завод. В портфолиото й са включени всички модерни разработки на автомата „Арсенал”, които са изцяло по стандартите на НАТО. В края на миналата година стана ясно, че Министерството на отбраната е спечелило търг за продажба на голямо количество автоматично оръжие на министерството на вътрешните работа на Индия. Българските автомати са спечелили с изключителното си качество и по-ниската цена, уточни през октомври зам.-министърът на отбраната Валентин Радев. С автоматите „Арсенал”, производство на казанлъшката оръжейница, ще бъдат въоръжени части от индийската полиция. Те ще се произвеждат в два модела - с твърд и със сгъваем приклад. Сделката ще позволи оръжейницата в Града на розите да работи с пълен капацитет през първото полугодие на 2012 г.

Съвсем доскоро „Арсенал” – Казанлък, беше един от последните от оръжейните заводи, в които държавата беше запазила свой малък дял. За разлика от другите примери в родната приватизация оказа се, че това има по-скоро положителен ефект. Мажоритарният дял – 51% от капитала на „Арсенал” - Казанлък, беше продаден през далечната 1999 г. Купувач беше работническо-мениджърското дружество „Арсенал 2000”. Според договора цената на сделката е 2.1 млн. долара, от които 10% са платени в деня на подписването му (18 август), 50% ще бъдат издължени чрез всички допустими от закона платежни средства (разбирайте - компенсаторки), а 40% - в брой, за срок от 10 години. Купувачът поема ангажимента да уреди задължения на „Арсенал” в размер на близо 58 млн.

ⓕ АРХИВ

лева до шест месеца след сключването на сделката и да инвестира 2.2 млн. долара през следващите три години. Неизплатената част от цената и дължимата неустойка за неизпълнение на инвестиционната програма са обезпечени със залог върху акциите на РМД-то и върху активи на „Арсенал” на стойност 1.1 млн. долара. Две години по-късно „Арсенал 2000” купува още 12.85% от завода срещу 983 хил. лв.

Оттогава додосега обаче държавата намираше причина да запази своята блокираща квота от 35,78% в дружеството. Това се оказа особено полезно по време на спора между България и Русия за оръжейните лицензи. Претенциите на Москва основно бяха насочени към производството на оръжейния завод „Арсенал” - Казанлък, твърдейки, че той произвежда без лиценз „Калашников”. В продукцията на българската компания обаче не фигурира АК-47, както още е известно руското оръжие. Основният й продукт е автоматът „Арсенал”, който е съобразен с натовските стандарти и се различава от „Калашников”. Той има отделен патент и лиценз за производство, необвързан с руския концерн „Ижмаш”, който произвежда легендарния автомат. След дългогодишни преговори най-накрая миналата година София и Москва се договориха, че няма да имат претенции за оръжейните лицензи за минали периоди, както и връзките между двете страни в тази област да се реализират на фирмено равнище. Това може би се оказа и решаващо за решението най-накрая държавата да продаде своя дял от „Арсенал”. В края на октомври „Арсенал 2000” увеличи дела си в предприятието, купувайки 35.78% от капитала на оръжейния завод за 15.1 млн. лв. С тази сделка дружеството вече притежава 99.63% от завода. Парите ще бъдат платени в брой, а не с компенсаторни инструменти. Първоначално кандидатите за покупка на остатъчния държавен дял са били трима. Освен „Арсенал 2000” документи за закупили пловдивската „НВС Комерс” и софийската „Сейдж консултанс”. „НВС Комерс” обаче не е подала в срок документите за достъп до класифицирана информация, а „Сейдж консултанс” се е отказала сама от покупката. Така една от последните перли в короната на българския военнопромишлен комплекс стана изцяло частна.

Директорът на „Арсенал“ Николай Ибушев демонстрира качествата на продукцията

история

на новата ориентация на предприятието към интелектуалните новости се откри нова производствена единица, съвместно с френската фирма „Recif” и представители на нейния филиал „Sirob” – Беларус. През миналата година „Арсенал” отново привлече вниманието към себе си с първото в света „антиоръжие” – устройство за откриване на различни видове експлозиви – „Sniff-ex”.

** Guns n`Roses - /от англ. – оръжия и рози/, име на културна рок група*

Хард диск

Облачните технологии позволяват да „бъркаме“ в служебните документи от всяка точка на света

АНТОН АНДОНОВ

Развитието на техниката през последните няколко години показа, че няма невъзможни неща. След като мобилният телефон тръгна преди 20-ина години от размерите на третина от папка за документи, днес той не само намали габаритите си почти четири пъти,

но и увеличи функциите си стократно

Устройството, намиращо се в джоба на почти всеки потребител, вече може да прави снимки, да ги обработва и изпраща до други устройства – телефони или компютри. С най-новите технологии обаче освен всичко това фотографът ще може да нарежда отпечатването им от цветен принтер, намиращ се на хиляди километри от него само с натискането на един бутон. И всичко това е възможно благодарение на новите „облачни технологии”.

Всъщност представянето на новата технология бе последната презентация на гениалния Стив Джобс. Тежкоболният тогава шеф на Apple превъзмогна страданията си, за да покаже на света услугата iCloud. „Проектът отваря нова страница в техническата мисъл на човечеството, в който персоналният компютър е понижен до ниво „устройство”. Ние пренесохме информационния център на вашия дигитален живот в облака”, каза той. Ясновидецът от Купертино и тогава не измени на вечно търсещата си природа. Джобс пръв осъзна и се опита да обясни на всички останали, че

старият начин за работа с информацията вече не може да действа

Тя стана прекалено много, нарасна и времето за нейната обработка, но денонощието продължава да има само 24 часа. Оказа се, че хората просто нямат време да обработят всички получени данни, докато работят в офиса. Стив Джобс посочи изхода – трябва да бъдат създадени такива устройства, които по всяко време на денонощието и от всяко място – метрото, ресторанта или фитнес залата - ще имат достъп до документите. И посочи три от тях – компютъра, таблета и смартфона.

Трите машини имат пряка връзка със сървърите на Apple, където пък се намира всичко – от работните документи до любимата музика и филмите, без които не можем. Оставаше само едно – отделните части от веригата да бъдат синхронизирани и сработени – нещо, което направи iCloud. Но Джобс отиде още по-далече – той направи така, че в „облака”

освен да четеш, да можеш и да пишеш

Представете си следната ситу-

Светът се намира на прага на нова технологична революция, която ще промени начина ни на живот изцяло. Мечтата на всеки шеф служителят да е на разположение 24 часа в денонощието е на път да се превърне в реалност. Работното място вече няма да бъде в офис на бюро и пред компютър, а ще се намира там, където в момента е човекът. А той може да е във всяка една точка на света и пак да работи по задачите и документите, които стоят на бюрото му. И всичко това ще се случи благодарение на напиращите „облачни технологии”, които мнозина вече възприемат като „хард диск в небето”.

В небето

ация – работите в офиса над важна презентация, но неусетно идва времето за поредната бизнес среща. По пътя за нея, на задната седалка в колата, ви хрумва как да направите слайдовете още по-разбираеми. Тогава отваряте написаното на своя iPhone и нанасяте всичките си гениални идеи. Прибирайки се у дома или обратно в офиса, отваряте документа на лаптопа и виждате презентацията с нанесените корекции, на която всеки може да завиди.

За да стане всичко това, единственото условие е работният документ да е качен на сървъра, до който всеки може да има достъп по всяко време, стига да знае съответната парола. Така удобството да работиш, без шефът ти да знае къде се намираш, с iCloud в САЩ струва само 25 долара. В същото време Apple плати за центъра за данни, който ще служи като гръбнак на iCloud, 1 млрд. долара. Той се намира в Северна Каролина и сбъдна мечтите на потребителите, които искат да имат достъп до определено съдържание от множество различни устройства. Те вече могат да пренареждат ангажиментите си за деня, да проверяват телефонни номера, адреси или електронната си поща, когато и където им е удобно.

Разбира се, Apple не единствената компания, която работи в посока „облачни технологии". Конкурентите Google и Microsoft също реализираха подобни проекти. Google Docs и Microsoft Office 365 позволяват дори нещо повече. При тях няколко човека от различни точки на света могат да работят върху един документ.

Но дяволът се крие в детайлите, както обичат да казват хората. За да работи с „Облака на Apple", човек не трябва да учи нищо допълнително, нито пък да решава възникнали проблеми. Системата просто работи с компютър, смартфон или таблет, твърдеше приживе Стив Джобс. Не така обаче е при конкуренцията от Google и Microsoft. При тях всяка система работи сама за себе си и позволява достъп само от едно устройство.

Предлаганите от водещите hi-tech-корпорации „облачни решения" не просто дават възможност за достъп до нужната информация, където е удобно, а и променят начина на живот на хората с бели якички. Все повече стават компаниите по света, които разрешават на своите служители да използват корпоративните сайтове през интернет. Това означава, че служителят в такава компания може по-гъвкаво да разпределя служебните и личните си задължения. Но ползата не е само за него. От новите технологии печелят и фирмите. Миналата година корпорацията Cisco проведе международно изследване, чиито резултати изненадаха шефовете на компанията. Оказа се, че 70% от сътрудниците, които имат достъп до корпоративния сайт извън офиса, работят извънредно. 45% от тях отделят за служебните си задължения 3 часа повече на ден от договореното, а други 25% работят повече от 4 часа дневно. На всичкото отгоре компанията не им заплаща овъртайм за труда. Хората обаче не си и помислят да искат допълнителните пари, защото имат възможността да работят от всяка точка на света. Проучването показа, че тази възможност укрепва тяхната лоялност към работодателя и влияе на избора на място за работа. По данни на Cisco 66% от анкетираните във всички страни биха предпочели по-ниско платена работа за сметка на по-висока мобилност.

С мобилността засега не са съгласни единствено IT-специалистите на Cisco. 50% от тях са против поддържането на по-мобилна работна сила, организирана в „мрежа без граници". Основната причина за това е, че

работата от дистанция не може да гарантира фирмената сигурност

на компанията. Всеки пети от работещите от разстояние за Cisco твърди, че е засичал любопитни погледи към екрана на лаптопа, когато е работил на публично място. Други 17% от служителите си признават, че оставят компютрите си включени дори когато не работят, а трима от пет запитани казват, че позволяват на странични лица да ползват сами корпоративните устройства.

Това означава, че трябва да се повиши отговорността на служителите към информационната сигурност, но по проблема вече се работи с пълна сила навсякъде по света. А новостите променят всичко около нас. Досега видяхме как писмата на хартия се превърнаха в e-mail, снимките вместо в албуми с твърди корици влязоха в папки във Flickr или Picasa, а съхранението им бе поверено на сървъри, намиращи се „някъде там в интернет". С „облаците" вече ще можем освен да четем и виждаме спомените, и да ги променяме. Директно - „някъде там в облаците".

Четири в едно – бъдещето на телекомуникациите

Клиентите на телекомуникационни услуги могат да оценят 2011 година като особено добра. Телекомуникациите са вероятно единственият сектор в българската икономика, в който цените намаляват, и голяма част от условията, обвързващи клиентите, отпаднаха най-вече под натиска на самите потребители. Борбата за всеки клиент на все по-наситения мобилен и все по-свиващия се фиксиран пазар накараха операторите да се насочат с клиентски ориентирани подходи към сърцето на своите абонати. VIVACOM първа обяви отпадането на клаузата за автоматично подновяване на договорите за всичките си абонати, по-късно към това решение се присъединиха М-Тел и Глобул, но само за новите клиенти, които подпишат договор с тях. М-Тел и VIVACOM намалиха срока за отговор на жалбите на абонати, а най-младият оператор въведе и тестови период за някои от услугите си, в който потребителят може да пробва услугата и ако не му хареса, да се откаже от нея.

Най-силната тенденция обаче, която ознаменува 2011 г. и се очаква да продължи да води телеком модата и през 2012 г., е пакетната услуга. Пакетните, или т.нар. конвергентни услуги, навлязоха у нас още в края на 2009 г., когато VIVACOM предложи двойни и тройни пакети с включени мобилна услуга, фиксиран телефон и интернет в едно. По данни от годишния доклад за 2010 г. на Комисията за регулиране на съобщенията (КРС) броят на потребителите на такъв тип пакетни решения е скочил със седем пъти за две години. Това накара регулатора за първи път да обособи самостоятелен сегмент „пакетни услуги", тъй като „се наблюдава изключително засилен темп на растеж" в този сегмент.

Година по-късно конвергенцията на интернет, гласови телеком услуги и телевизия вече е реалност и е поле на ожесточена конкуренция от страна на българските оператори. Според техни изчисления пакетите, които предлагат,

намаляват реално цените с до 50% от стойността на услугите,

които клиентите им биха плащали, ако ползват тези услуги поотделно. В същото време конвергентните решения дават на операторите възможност да оптимизират управлението на мрежата и ресурсите си, да намалят оперативните си разходи, да разширят пазарните си позиции и да запазят клиентите си в един изключително пренаситен телеком пазар, какъвто е българският. Към момента пенетрацията само в мобилния сектор надвишава 140%, което означава, че на всеки потребител се падат средно по два телефона и половина.

Основните тенденции, които определят задържането на модата в предлагането на пакетни решения, са няколко – фиксираните операто-

VIVACOM въведе пакетните услуги на пазара, сега вече всички следват тенденцията

ри не само у нас, но и в световен мащаб губят битката с мобилния трафик; в същото време мобилните предложения изчерпват капацитета си и се нуждаят от непрекъснати подобрения, които да удовлетворяват крайния потребител. Не на последно място се налага и тенденцията за сериозна Wi-Fi инвазия в публичния и частния сектор, като през 2011 г. се заговори за освобождаване на интернета за безплатно сърфиране на обществени места. Повсеместното проникване на смарт-устройствата и преносимите компютри расте правопропорционално на високите очаквания и изисквания на клиентите. В допълнение водещите телеком играчи у нас навлизат в близки конкурентни сфери (VIVACOM започна да предлага телевизия, стартира изграждането и предлагането на високоскоростен оптичен интернет, същото направиха Близу и М-Тел, като последният изкупи два от водещите LAN-оператори у нас – Мегалан и Спектрум Нет). В същото време Булсатком, който се наложи на пазара с пакети за сателитна телевизия, започна да предлага и интернет.

За потребителя това означава няколко неща – по-ниски цени за повече капацитет на предлаганите услуги, една обща сметка и лесно бюджетиране на разходите за телекомуникационни услуги. За компаниите – сериозни инвестиции в мрежата и подобрения на инфраструктурата им. По предварителни разчети през 2011 г. основните телеком оператори у нас трябва

да са инвестирали над 600 млн. лв. общо в подобряване на своите мрежи,

закупуване на оборудване, ИТ системи и софтуер през 2011 г., както и за придобиване на нови компании.

Как изглежда пазарът на конвергентни услуги в България на практика? Три основни конкурента, няколко поддържащи играчи и само един с национално покритие на пакетните си решения.

По данни на КРС, освен М-тел и VIVACOM, които обявиха мащабни планове за инвестиции в развитие на оптичната мрежова инфраструктура, в България има общо 81 компании, които предлагат пакетни услуги под една или друга форма. Реално обаче конкуренцията се води между предложенията на VIVACOM, М-Тел и Близу. Последните предлагат тройни пакети с включен интернет, фиксиран телефон и телевизия на цени между 25 и 60 лв. на месец. М-Тел се включи в битката, след като придоби Мегалан и Спектрум Нет, и в момента предлага двойни пакети

с телефон и интернет и интернет и телевизия, както и четворна услуга с цифрова телевизия, интернет, мобилен и домашен телефон. Основният недостатък, който компанията първа ще трябва да компенсира, е, че от офертата могат да се възползват само потребителните в няколко града в България. Промоционалните цени на „червения" оператор варират между осем лева за двойните услуги до около 15-ина лева за пълния четворен пакет.

VIVACOM, като ветеран с двегодишен опит, предлага двойни и тройни пакети в комбинация от всички услуги, които се предлагат към момента на промо цени между 9 лв. за двойните пакети и 19 лв. за пълния набор от телевизия, интернет, мобилен и стационарен телефон. Компанията има предимство пред конкуренцията най-вече с факта, че предлага всички пакетни решения, включително 4PLAY услугата си, с национално покритие и осигурява възможност потребителят да добавя и премахва различни екстри към плановете си, като допълнително ги персонифицира според нуждите си.

Според телеком регулатора очакванията са за засилване на конкуренцията и въпреки малкия дял, който конвергентните услуги формират в общите приходи от телеком услуги към момента, прогнозите на анализатори от сектора са обемът му сериозно да нарасне. Това се предопределя и от обявените от самите компании планове за инвестиции, които предвиждат сериозно финансиране в подобряване на инфраструктурата им.

От VIVACOM обявиха, че

близо 1 милион домакинства ще разполагат с оптичен широколентов интернет

от компанията до края на 2014 г. За тази цел ще бъдат отделени част от общите инвестиции на стойност 600 млн. лв., които телекомът ще направи през следващите три години. М-Тел ще инвестират неколкостотин милиона евро в гигабитова пасивна оптична мрежа (GPON) до 2020 г. Целта е да бъде надградена съществуващата инфраструктура на Спектрум Нет и Мегалан. Близу обявиха инвестиции от 25 млн. евро за отминаващата година, които са вложени в разширяване на оптичната инфраструктура на оператора и закупуване на потребителски устройства, които позволяват интернет достъп до 400 Mbps. Булсатком пък планира да обхване с високоскоростен интернет 200 хиляди домакинства до края на 2011 г. Очаква се и третият мобилен оператор Глобул, който все още не е обявил пакетни услуги, нито интерес за инвестиции в тази посока, също да се включи в играта през 2012 г.

© ЕМОНА ЦОНЧЕВА

Бизнесът „Дядо Коледа"

Търговците отдавна са превърнали легендата за добрия старец в машина за правене на много пари

АНТОН АНДОНОВ

Ако щастието може да се измерва с броя на усмивките по лицата, то през декември уредите, които биха го измерили, щяха да превъртят броячите и да се скапят. Защото последният месец на годината е най-наситеният с щастливи погледи на даряващи и приемащи разноцветни пакети, носени, разбира се, от Дядо Коледа. Дядо Мраз, Papa Noel, Viejito Pascuero, Colacho, Santa Claus, San Nicolas, Weihnachtsmann или heiligen Nikolaus, Joulupukki, Father Christmas. Дед Мороз, Морозко или Санта Клаус всъщност са все имена на един и същ реален – или приказен герой – зает с нелеката задача да дарява щастие и радост в навечерието на всяка Нова година.

Веселият белобрад старец, облечен задължително в червена мантия с бели ивици и червени ботуши, отдавна се е превърнал в синоним на очаквана награда за всичко свършено през годината за

едни и в доходоносен бизнес за други. Коледните украси, витрините по магазините, камбанките, гирляндите, че дори и от фигурките от стиропор закачливо наднича усмивката на Дядо Мраз. Неговият поглед следи всеки човек – бил той възрастен или дете – да получи своя подарък. „Клонираният" старец използва най-невероятни места – молове, супермаркети, площади или училища, за да изпразни чувала с подаръците. И навсякъде раздава настроение и топлина. Всъщност в наши дни Дядо Коледа се превърна в устойчив бизнес модел, който работи на пълни обороти не само през 12-ия месец на годината. Неговият постоянен щаб в Лапландия внимателно следи активността на всяко дете по света и му приготвя подходящия (или поръчания) подарък.

Традицията

Традицията повелява в чистата и свята нощ на 24 срещу 25 декември, Дядо Коледа да влиза през комина и да оставя под елхата с играчките във всеки дом подаръци за всички, но най-много, най-хубави и големи са те за послушните деца. Така родителите им на практика си „купуват" послушанието на наследниците и в същото време им доставят огромна радост. Колко им струва това като разходи, индустрията не може точно да оцени. Но сумите се въртят от около 1 до 4 млрд. долара.

Произходът

Дядо Коледа не е бил все така закръглен старец с дълга бяла брада, облечен в червено и бяло. В миналото човекът, който раздава подаръци, се наричал свети Николай. Смята се, че св. Николай е роден в богато семейство в земите на днешна Турция през 300 г. От малък остава сирак, израства в манастир и едва на 17 г. става свещеник. Той решил да раздаде голямото си богатство на хора в нужда и най-вече на деца. Легендата разказва, че Николай пускал

Лъскава украса и много светлина - трикове за привличане на пазаруващи по празниците

Шарените цветове и вкуснотиите привличат малчуганите

Ф ВИКТОР ЛЕВИ

Жени отговарят на писма до Дядо Коледа в специалната коледна пощенска служба в Химелпфорт, Германия

Ф РОЙТЕРС

торби с подаръци през комините или ги хвърлял през прозорците направо в стаите на малчуганите. Николай се издигнал в религиозната йерархия до епископ, а след кончината му е провъзгласен за светец.

Легендата

Легендата разказва, че Дядо Коледа живее на Северния полюс или в Лапландия. Около него винаги се навъртат елфи или джуджета, които изработват подаръците за децата, а Дядо Коледа има трудната задача да ги раздаде във всяка точка на света само за един ден – 25 декември. За да смогне навсякъде и за да не разочарова никое дете, той лети с вълшебна шейна, карана от елени. Всеки от елените си има име -Дашър, Денсър, Пренсър, Виксен, Комета, Купидон, Донър, Блитцен и Рудолф. Първообразът на „съвременния" Дядо Коледа е създаден от зъболекаря Клемент Кларк Мур през 1822 г. в поемата „Разказ за посещението на свети Николай". В нея Мур рисува Дядо Коледа като закръглено джудже, което идва с шейна, дърпана от осем елена от Севера в дните преди Коледа и раздава подаръци на послушните деца. Познатият от наши дни старец придобива образа си година по-късно от нюйоркския карикатурист Томас Наст. Героят на Наст освен дом има малка работилница за играчки, която се намирала на Северния полюс.

Домът

Домът на стареца в Лапландия се е превърнал в туристическа атракция. В навечелието на Коледа той се посещава от над 5000 души. Той се намира в градчето Корвантунтури, което е зад Полярния кръг и дължи славата си на вдовицата на американския президент Франклин Делано Рузвелт - Елеонор. Само няколко дни преди пристигането ѝ в градчето е построена къщата на добрия старец. Така Финландия се превръща в официалната работилница за подаръците на добрия старец. През 1995 г. районът получава статут на официална столица на Дядо Коледа. В Рованиеми, градче на 10-ина километра от Корвантунтури, се строи домът на Дядо Коледа, работилницата му и пощата, която обслужва писмата от целия свят. Твърди се, че годишно техният брой надхвърля 700 000.

Бизнесът с писма

През последните години стана модерно да се пишат специални писма до Дядо Коледа. Така към

бизнеса с играчки, опаковки и коледни гирлянди си прибави още един - писма от и до Дядо Коледа. Нещо повече – появиха се специални хора, които пишат писмата до вас от името на белобрадия старец. Така след като малчуганът вкъщи напише писмо до стареца, в което обяснява колко много е слушал през годината, какъв подарък иска и обещава още повече да слуша през новата година, той получава не само поисканият подарък, но и отговор на писмото си от добрия старец. Разбира се, и двете писма се заплащат от родителите, които с кореспонденцията осигуряват допълнителни приходи на пощите и „екипа" на Дядо Коледа, зает с персоналния отговор до малчугана. Ако писмото е с оригинална марка и печат от Лапландия, то цената му скача над 10 долара.

Професията

Всеки декември най-търсената професия е тази на Дядо Коледа. Милиони бащи, дядовци и дори жени влизат в образа на белобрадия старец у дома. Двойно повече са те обаче на обществените места – в магазините, по улиците, в детските градини или училищата, метрото или фотоателиетата. Тогава образът на Дядо Коледа е и най-разнообразен. Той буквално загубва ръст, килограми и визия, запазвайки неизменното си червено облекло и благ нрав. За да бъдеш Дядо Коледа, е достатъчно само малко повече усилия или вроден артистичен талант. Тогава вниманието на всяко дете е спечелено, а с него и приходите в джоба на професионалния белобрад старец.

Какво пие белобрадият старец

Хадон Сандблом, художник по реклamата на Coca-Cola през 1931 г., започва да работи върху кампанията „Санта Клаус също пие „Кока-Кола". Санта Клаус е американският Дядо Коледа. Сандблом използва изградения от легендата за свети Николай образ на човек, облечен с червени дрехи и бяла брада, и прибавя единствено бутилка от безалкохолната напитка. Компанията започва масирана рекламна кампания, в която продуктът е рекламиран и от белобрадия старец.

Битката за пазара

Два от световните гиганти влязоха в люта битка за използването на марката „Дядо Коледа" в наши дни. Coca-Cola и Pepsi не могат да си разделят белобрадия старец, защото знаят, че той може да увеличи печалбите им. След цветовата смяна на червеното със синьо в облеклото на стареца, войната се пренесе от заснежените хълмове, където властва белобрадият старец с бутилка Coca-Cola в ръка, до летните плажове, където изпотен от жегите и танците на плажно парти белобрад старец си поръчва Pepsi. „Ама нали пиеш Coca-Cola?" – пита го с учудване барманът на бара. „Е, във ваканция съм през лятото"- закачливо отговаря „синият Дядо Мраз" в един от рекламните клипове на Pepsi.

Българската следа

През 2010 г. в България бе изработена световната реклама за Coca-Cola. В нея за първи път коледните камиони на компанията „тръгнаха" от България. Клипът бе заснет у нас и се излъчи в над 90 страни по целия свят. За първи път образът на белобрадия старец бе поверен на български актьор - Иван Петрушинов.

Орлин Митушев, консултант в „Дитерамб Консулт”:

Колкото повече неща види купувачът, толкова джобът му се изпразва

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

- Господин Митушев, декември е месецът на най-активното пазаруване. Какви трикове ползват производители и търговци, за ни накарат да купуваме повече?

- Те първо продават настроение и колкото по-рано започне тази еуфория, толкова по-големи са приходите. Забелязал съм, че на Запад слагат коледните украси поне две седмици по-рано от нас. Празникът е семеен и се очаква освен обилна трапеза, да има и много подаръци – никой не бива да бъде пропуснат! Вече стана масов спорт, след като армаганите бъдат получени, нежеланите от тях да се подменят и тази услуга има сериозно развитие. Установено е, че дареното с усмивка задейства реакция в мозъка, която кара да отвърнеш със същото. Получава се лавинообразен ефект – колкото повече подаръци, толкова повече подаръци.

- Но това не е ли всъщност ефект, култивиран чрез човешките взаимоотношения?

- Размяната на подаръци е израз на взаимната любов, а индустрията, която живее от емоциите на хората, иска да придаде още по-голям интензитет на това, за да застави хората да пазаруват повече. Навремето преобладаващата част от подаръците бяха самонаправени. Но производители и търговци имат интерес да изпаднем в транс и еуфория при пазаруването, тъй като те живеят от консумацията. Затова са измислени и кредитните карти, които стимулират да пазаруваш, без да му мислиш.

- Червеният цвят на добрия старец, който раздава подаръци, не е ли част от същата тази еуфория?

- До 30-те години на миналия век Дядо Мраз, както и да се нарича той в различните традиции, е бил със зелени, кафяви или сини дрехи. Но дизайнерът на „Кока-Кола” решава да не го оставя на произвола на съдбата, а го облича в червено. И оттук нататък дядката става кокаколаджия! Санта Клаус или Николаус е обикалял да раздава подаръци

на бедните деца, като ги е пускал през комина. И затова на празника те са намирали пакетчетата в обувките си. „Пепси” заложиха на синьото облекло на стареца и това също продава.

- Червеният цвят не въздейства ли по-силно?

- Червеният и синият цвят са ценени във всички култури. Червеният се смята за цвят на действието, на екшъна. Около 40% от населението по света обича червеното и още толкова предпочитат синьото, което се свързва с мира, с релакса. Днес всички сме в състояние на действие, после релаксираме, за да преминем отново към действие. Така червено и синьо непрекъснато се сменят!

- Излиза, че подсъзнателно червеният цвят на Коледата подтиква към повече действие и към повече подаръци…

- Червеният цвят настройва към агресия, а синьото създава хармония и равновесие. Бялото пък е цветът на самата невинност и е установено, че футболните отбори, облечени в бяло, по-малко ги наказват, макар и те да не са ангели на терена.

- В кои часове от денонощието хората са най-склонни да пазаруват, като си даваме сметка, че това е свързано и с работното им време?

- Статистиката показва, че у нас бумът на продажбата на хранителни стоки е в петък и събота. Ако за храна седмично се харчат 100 лв., 40-43 се вадят през тези два дни. Затова в четвъртък опитните търговци гледат добре да заредят магазините за пиковото време на следващия ден. Също така е установено, че август е месецът на най-ниската потребителска активност в София, а по морето за много фирми това е пиковото време за продажби. Декември е върхов в търговско отношение – заради празничното настроение и подаръците. В комедията „Монти Пайтън и смисълът на живота” смъртта идва и отвежда хората в рая. Той е представен като хотел, където цари невероятна веселба. Още на рецепцията любезна дама им казва да си резервират маси за коледното тържество. Новодошлите недоумяват: „Доколкото си спомняме, днес не е Коледа!” Но им обясняват, че в рая всеки ден е Коледа. Там настроението е празнично и то се визуализира. Визуализирането е стар трик на всякакви политически и религиозни шарлатани, защото привлича и има магнетична сила. Ето защо Дядо Коледа, Снежанка, елхата, празничната украса, осветлението имат силно въздействие. През декември-януари времето е по-мрачно, а един от факторите за доброто настроение е обилната дневна светлина. По това време в Бразилия например е по-светло и там ядат много по-малко шоколад от нас. Светлината създава радост и настроение, а когато клиентът е в добро разположение на духа, той има по-голяма готовност да купува. Затова в магазините се пуска подходяща музика, която създава приятни усещания и предразполага към развързване на портфейла. Бароковата музика например кара

В много от магазините няма дневна светлина. Целта е да изгубиш ориентацията за време и да останеш там колкото може повече

клиента да пърха от радост и той пазарува много повече.

- И като имаш кредитна карта в джоба, още по-малко се замисляш дали дадена стока ти е нужна…

- Колкото повече кредитни карти, толкова плащането не ти създава проблеми. Настроението е важно. Затова в много от магазините няма дневна светлина – да изгубиш ориентацията за време и да останеш там колкото може повече време – пет-шест-седем часа, ако може и цяла седмица! А имаш усещането, че преди малко си дошъл. В САЩ е построен мол с въртящ се покрив, който се движи така, че загубваш времевата ориентация. Целта е повече да обикаляш и повече неща да купиш. Валиден в търговията остава и старият принцип – купува се това, което се вижда, краката отиват там, където са били очите. Манипулацията не идва от някакви големи специалисти, които само се чудят как да въздействат. Тези методи са заимствани от нашето естествено поведение, като целта е всичко това да се мултиплицира, позитивната нагласа за Коледа да се засили и да се създаде еуфория на пазаруването.

- Има молове, в които стълбите за качване са от едната страна, а за слизане са на срещуположния край. Защо разхищават времето ни по този начин?

- Това е концепция тип „Пътека”, целта е да обиколиш навсякъде. IKEA също е възприела този принцип и докато не видиш всичко, не може да излезеш. От статистиката на поведението на клиентите става ясно, че колкото повече неща минат през погледа на купувача, толкова повече джобът му се изпразва. За големите търговци днес всичко е статистика и наблюдение. Камерите снимат, информацията се наслоява в 3D и когато след 6 месеца искате да наемете помещение, те показват планограмата и там зоните, в които силно се купува, са в червено (екшън) и в синьо – там посетителите гледат, но не пазаруват активно.

- Какви други хватки за увеличаване на продажбите се прилагат?

- Поставят се огледала, защото хората обичат да видят физиономията си. В свои изследвания през 30-те години Конрад Уоренц установява, че ако сложите огледало пред кон, настроените му се подобрява. А ако застанете зад него, става неспокоен и агресивен. Това важи и за хората. Уоренц е правил и друг опит – самият той стои над яйцето и когато патето се излюпи и види физиономията му, то решава, че това е майка му, и затова после ходи след него.

- Във времето, което е най-интензивно за празнично пазаруване, как се стимулира активното харчене?

- Доброто настроение подтиква клиентите импулсивно да купуват неща, които не са в списъка с планираните покупки. Действа и старото желязно правило да се пазарува онова, което се вижда. У човек зрителните възприятия са доста определящи, макар обоняението да е много по-силно от зрението. Всичко онова, което създава положително усещане, ни кара да влезем в действие. Естественото поведение се проследява внимателно и по пътя на движението му се подреждат различни продукти. Осветяват ги, защото така те се продават повече. Това се нарича мадонен ефект, тъй като в много от църквите, в зависимост от култа, върху иконата с младенеца пада сноп светлина и точно тази икона е по-осветена от другите. Друг трик е да се поставят осветителни тела, които излъчват дневна светлина, и така продажбите се повишават с 20%. Търговците те даряват с усмивка и когато получиш такъв „подарък”, у теб се задейства реакцията да отговориш със същото.

Всичко се записва, води се огромна база данни за потребителските нагласи. Те ни познават по-добре, отколкото ние самите

Освен това ни продават опаковки – ако ни ги даваха в насипно състояние с черпака, трудно щяхме да различим единия продукт от другия. Също така на базата на статистиката в даден магазин се знае какъв е възрастовият състав на клиентите. Човек иска да види себе си и знаейки за този огледален ефект, ако в целевата им аудитория са 20-30-годишните, те поставят съответните манекени на витрината. Най-специалното, което се продава, може да е издигнато на пиедестал и да е осветено като култова статуя. Тогава хората смятат, че това е нещо специално, ако у тях е докоснато усещането за собствената им уникалност. За такъв специален продукт човек е готов да плати доста по-висока цена.

- Кога клиентът е готов да плати повече?

- Когато получава по-високо качество. Но трябва да е усетил разликата и да е убеден в безспорното предимство на скъпия продукт. Той трябва да има субективното усещане, че получава повече за парите, които дава. Не знаем обаче какво ще е крайното мнение след покупката, защото често, след като тя бъде направена, се появява колебание – т. нар. когнитивен дисонанс. Клиентът започва да се съмнява в правилността на избора си и търси доказателства, че продуктът си заслужава парите. Клиентът непрекъснато се променя.

- Така пазаруването се превръща все повече в…

- В статистика и наука! Изследват се рецепторите на клиента. Всичко се записва, води се огромна база данни. Те ни познават по-добре, отколкото ние самите.

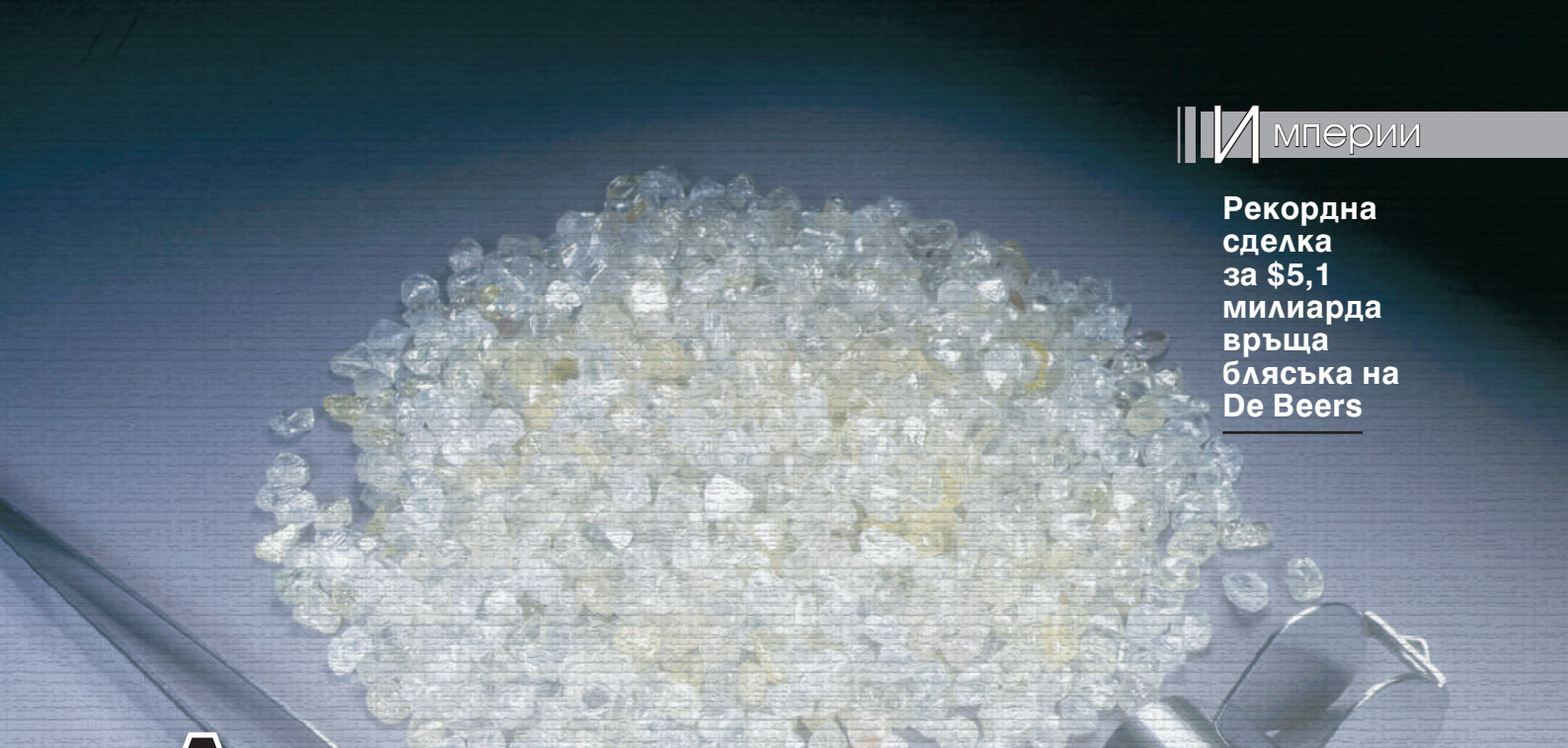
- Това знание как се продава?

- Дискретно! Както дискретно се продават субстанциите, които се поставят в храната. Както дискретно го правят предприятия, които ги произвеждат или внасят.

- Какъв става светът?

- Ножицата се разтваря повече – богатите стават по-богати и по-малко на брой, бедните стават по-бедни и все повече на брой. Тенденция във всички браншове е или много евтини стоки, или премиум продукти, при които обаче клиентът иска отлично обслужване. Светът е пълен с аналози, много копия и имитации се появяват. Тогава обслужването става водещият фактор. В древен Китай е имало закон: Който няма усмивка на устата, не му се позволява да отваря магазин. Ако този закон се приложи у нас, 90% от магазините ще трябва да затворят.

Рекордна сделка за $5,1 милиарда връща блясъка на De Beers



Диаманти завинаги

„A Diamond Is Forever" – Диамантът е завинаги. Това гласи слоганът на „Де Биърс" от 1948 година насам. Рекламното послание е обявено за най-доброто на XX век. Безспорно компанията е лидер в бранша си и нейното име е първото, за което всеки се досеща при споменаването на думата „диамант". Само преди дни „Де Биърс" бе продадена за рекордна сума и обявената сделка е на път да възроди блясъка на индустрията, която отчита отлив заради кризата.

© WWW.DEBEERSGROUP.COM и РОЙТЕРС

АНТОН АНДОНОВ

След една година, изпълнена с нервни преговори и цена с 2 млрд. долара повече от първоначално оферираната, компанията Anglo American договори покупката на 40% от акциите на корпорацията за обработка на диаманти De Beers за 5,1 млрд. долара. Новината за сделката бе съобщена от купувача, който е втората по големина в света минна компания, а въпросните 40% досега бяха собственост на фамилията Опенхаймер (Oppenheimer). Така Anglo American може да увеличи акциите си в De Beers до 85%, ако другият акционер в диамантения концерн – правителството на Ботсвана, което държи 15% – се откаже от правото си да купи 10% от продаваните от фамилията Опенхаймер ценни книжа. Но дори и това да се случай, Anglo American ще държи 3/4 от акциите на De Beers.

Когато преди година Anglo American предложи 3,14 млрд. долара за 40% от акциите на De Beers, принадлежащи на фамилията Опенхаймер, анализатори на диамантения пазар оцениха предложението като „щедро". Когато година по-късно сделката за същите акции бе подписана с цена 5,1 млрд. долара, те просто вдигнаха рамене в недоумение. Защото към притежаваните от Anglo American 45% в De Beers се прибавят нови 40%, и то във време на икономическа стагнация и още по-черни прогнози за развитието на пазара на луксозни стоки в света, в който диамантите блестят с карати, по-високи от 24-те на златото.

Началото

Историята на международната корпорация, занимаваща се с добив, обработка и продажба на необработени диаманти, а също

и на синтетични диаманти за промишлеността - De Beers, започва в далечната 1866 г. в ЮАР. В долината на река Ориндж дете намира първия в Южна Африка диамант. Скъпоценният камък тежи 21 карата, но находката не успява да привлече вниманието на никого. Когато три години по-късно местен пастир намира на същото място още един диамант, към долината на реката се насочват тълпи от авантюристи и търсачи на скъпоценни камъни. Треската за скритите в земята съкровища се разгаря с пълна сила, а повечето от намерените диаманти са в землища, собственост на братята Де Биърс. 22 години след намирането на първия диамант по тези места – през 1888 г. - е основана компания за търсене и добив на скъпоценни камъни с името De Beers.

Братята, дали името на бъдещия монополист на пазара за диаманти обаче по никакъв начин не участват в основаването на компанията. Тя е създадена от Сесил Джон Родес (Cecil John Rhodes), син на английски свещеник, който пристига в ЮАР през 1870 г., за да се лекува. Докато бащата търси спасение от болежките си, Сесил се „разболява" от „диамантена треска", но не успява да открие кой знае какви скъпоценни камъни. Бесен на каръшкия си късмет, младият мъж решава да направи фирма, която да обслужва търсачите на диаманти. В началото компанията продава инструменти за копаене, храни и напитки, но с течение на времето започва да предлага и услуги, включващи отводняването на диамантените мини. Сесил Родес дори докарва първата в района парна помпа за източване на вода от шахтите. Срещу услугите си той получава диаманти и дялове от печалбата на търсачите и така през 1883 г. компанията на Родес установява контрол над най-голямото находище в района- мината „Кимбърли" (Kimberley). Тъй като то се намира в земите на братята Де Биърс, той нарича компанията си в тяхна чест и така на 12 март 1888 г. в Йоханесбург се ражда - De Beers Consolidated Mines Limited. В активите на компанията влизат мините на братята Де Биърс, три четвърти от мината Kimberley и други две - Bultfontein и Dutoitspan.

Сесил Родес

Сър Ърнест Опенхаймер

Ники Опенхаймер

Пазарът на диаманти в света

САЩ	41%
Страни от Персийския залив	8%
Китай	5%
Япония	11%
Индия	8%
Тайван	2%
Хонконг	2%
Италия	4%
Останалият свят	19%

Източник http://www.debeersgroup.com

Монополът

Скоро след това компанията De Beers подписва договори с банка „Ротшилд" и много други английски банки за ексклузивните права за доставка на диаманти. Така се ражда т.нар. Лондонски синдикат (London Diamond Sindicate), който се задължава да изкупува цялата продукция на мините „Де Биърс" и превръща компанията в монополист на пазара за диаманти. През 1902 г. Сесил Родес умира, но оставя след себе си дружество, което държи 95% от производството

на диаманти в света.

През същата 1902 г. в мината Kimberley пристига емигрантът от немски произход Ърнест Опенхаймер. По онова време той е търговски посредник на фирма, изкупуваща диаманти от De Beers. Навлизайки бързо в бизнеса с диаманти, през 1919 г. той основава Consolidated Diamond Mines (CDM) и 10 години по-късно вече е директор на De Beers, след като обединява двете компании в картел. Монополът на пазара за диаманти е завършен през 1933 г., когато Оперхаймер създава CSO (Central Selling Organisation) и взема под контрол освен добива и обработката, и продажбата на диаманти.

Тоталният монопол позволява на De Beers да диктува цените на диамантите в прекия смисъл на думата. Компанията кани 10 пъти годишно в централата си в Лондон 125 човека, наречени „sightholders", които имат привилегията да закупят вече оценените и сортирани необработени камъни. Диамантите се намират в специални затворени кутии, които купувачът няма право да отвори. Той може да купи кутията с необработените диаманти, без да ги е видял, на предварително посочена от De Beers цена или да си тръгне с празни ръце. Друг задължителен елемент от сделката е ангажиментът на клиента да не продава диамантите в необработен вид. Всички тези условия позволяват на De Beers внимателно да следи световните запаси от диаманти и да увеличава или забавя темповете на добив на скъпоценните камъни.

Превратът

70-те години на миналия век се оказват краят на световния монопол на De Beers. По това време на пазара се появяват нови страни производители на диаманти- Канада, Австралия и бившият СССР. Конкуренцията изостря още повече апетита на De Beers, която успява, ако не да подпише договор за еднолична експлоатация на новите диамантени мини, поне да купи голяма пакет от акциите на новите играчи на пазара.

По същото време в ЮАР се надигат граждански движения, които искат свалянето на режима на апартейд, което създава пред компанията освен икономически и политически пречки.

Не на последно място светът се надига срещу световния монопол на De Beers и компанията получава първите удари от антимонополното законодателство на най-големия си пазар – в САЩ.

Ударът

Най-мощния удар срещу монополното положение на De Beers нанесе емигрантът Лев Леваев. Въпреки че в периода от 1972 г., когато напуска СССР, до 1995 г. той е един от „sightholders" на De Beers, Леваев успява да създаде и управлява втора диамантена империя, която не само че конкурира успешно лидера, но и постепенно отвоюва негови пазарни позиции.

Приватизацията в бившия СССР през 90-те години на миналия век позволи на Леваев да получи контрол над държавната диамантена компания „Алроса", която до средата на 90-те работи в тясно сътрудничество с De Beers. Виждайки опасността, идваща от Леваев, през 1995 г. De Beers прекъсват отношенията си с него, но решението идва твърде късно, защото диамантената империя на станалия междувременно гражданин на Израел Лев Авнерович Леваев вече е набрала скорост и завзема нови територии на довчерашния световен монополист.

Роденият в Ташкент нов диамантен крал успява да купи новите находища в Ангола, Конго, Намибия и да открие фабрики за преработка на диаманти по целия свят,

Мината Снап Лейк в Канада

а заедно с тях и центрове за продажба на скъпоценните камъни. Така само за 15 години монополът на De Beers и разбит и компанията с големи усилия успява да задържи едва 40% от добива на диаманти в света. Въпреки че De Beers не е публична компания, твърди се, че в момента за нея работят 13 000 души в 20 страни от света. De Beers разработва диамантените находища в Ботсвана, Намибия, Южна Африка и Канада. През 2008 г. оборотът на компанията е 6,89 млрд. долара, а чистата печалба - 90 млн. От 2001 г. фирмата откри магазини, в които продава диаманти и ювелирни изделия заедно с LVMH Moet Hennessy — Louis Vuitton (LVMH) — De Beers Diamond Jewellers.

Сделката

Със сделката за De Beers компанията Anglo American влиза в директен сблъсък с руската „Алроса" за световното лидерство в производството на диаманти. Платените 5,1 млрд. долара са ясна заявка, че консорциумът няма намерение да се примири с ролята на „втора цигулка" и ще се опита да увеличи пазарния дял на De Beers от сегашните 40 %.

Основаната през 1917 г. от сър Ърнест Опенхаймер фирма успява да извърви трудния път от златодобивна компания до корпорация - световен лидер в минното производство, който добива железни руди, платина, цветни метали, въглища, злато, неблагородни метали и промишлени минерали. През 2008 г. нейният оборот е 22,79 млрд. долара, чистата печалба – 5,215 млрд., а броят на заетите в производството надхвърля 107 000 души. Само за първото полугодие на годината компанията отчете печалба от 5,9 млрд. долара.

Anglo American може да получи само 30 % от акциите на Опенхаймер, ако правителството на Ботсвана, което държи 15 % от компанията, реши да изкупи преимуществено 10 % от акциите на фамилията, които му се полагат съгласно акционерния договор за De Beers. Ако това стане, делът на Anglo American ще се увеличи на 75 %, защото в момента тя е собственик на 45 % от акциите. Според консултантите по сделката – банките UBS и Nomura, платената цена от 5,1 млрд. долара е изгодна заради добрите дългосрочни перспективи пред диамантената индустрия. Очаква се пазари като Китай и Индия да се активизират в покупката на скъпоценни камъни дори в условията на глобална икономическа и финансова криза.

Бъдещето

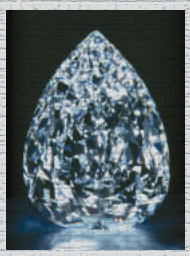
De Beers ще продължи да се ръководи и занапред от Ники Опенхаймер. В момента той е председател на борда на директорите на дружеството.

Компанията ще се опита да се върне на позициите си от годините преди световната икономическа криза, когато държеше повече от половината от пазара на диаманти в света. Делът на „Де Биърс" в световната продукция на шлифовани диаманти трябва да се задържи на ниво 40%, а на нешлифованите – 60%.

В нейния търговски клон Diamond Trading Company (DTC) ще продължи сортирането, оценяването и дистрибуцията на необработени диаманти от целия свят по 12 000 различни категории - големина, форма, цвят и възможност за шлифоване.

За първото полугодие на 2011 година компанията отчете оперативна печалба в размер на 1,2 млрд. долара. Миналата година De Beers приключи с чиста печалба от 863 млн. долара заради рекордни продажби и невиждания скок на цените на бижутата.

Най-известните скъпоценни камъни

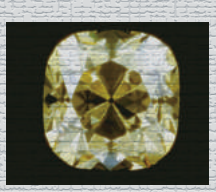


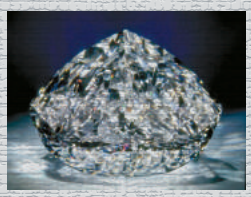
Millennium Star

Диамантът на хилядолетието е с тегло 203,04 карата и с крушовидна форма. Първоначално, необработеният камък е 777 карата, намерен в Мбужи-Майи района на Заир (Демократична Република Конго) през 1990 г. Били са нужни 5 месеца проучвания и планирания за намаляване на необработения диамант в 3 части.

DeBeers

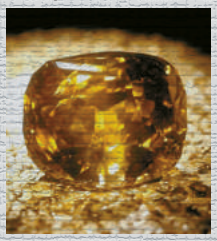
Камъкът е открит в мината Де Биърс в Южна Африка през 1888 г. След рязането му теглото му е 228,5 карата и е 7-ят най-голям рязан диамант в света.





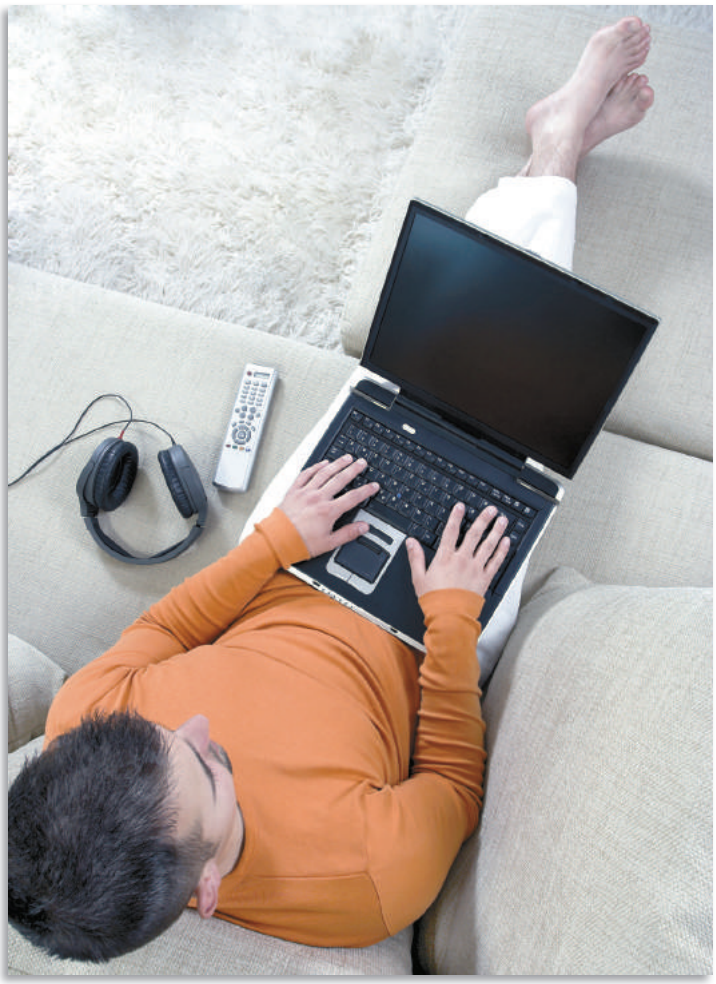
The Centenary

„Стогодишнината" е посветен на юбилея на диамантената компания, открит през 1986 г. в мината Премиер. Необработен тежи 599 карата, но при рязането теглото се променя на 273,85 карата. Това го прави най-големият рязан скъпоценен камък на съвремието.



Golden Jubilee

„Златната Юбилейна" е най-големият диамант в света с изключителните 545,67 карата! Грубия камък с тегло 755 карата е бил открит в мината Премиер, Южна Африка, през 1986 година. „Златната Юбилейна" бе представена на краля на Тайланд през 1997 г. за неговия Златен Юбилей – 50-та годишнина от коронацията му. Преди това събитие камъкът е просто известен като „Неназовани Браун". Стойността на най-големият диамант в света е между 4 и 12 милиона долара. В момента камъкът е изложен в Кралския музей в Банкок.



Интернет - болестта, без която не можем

Модерните джаджи се превръщат в основна заплаха за здравето, предупреждават учените

Странна болест мъчи хората по света. Все повече стават бизнесмените, моделите, актьорите и обикновените работохолици, които се оплакват от „постоянна умора". Хората сами си поставят диагнозата и с ужас откриват, че от ден на ден се чувстват все по-скапани, а лекарите допълнително засилват страховете им, „че има нещо", повдигайки рамене в недоумение, след като щателните медицински изследвания показват, че пациентите им са здрави. Ужасът от непознатата доскоро „постоянна умора" става пълен, след като за неин основен причинител бе посочен компютърът.

АНТОН АНДОНОВ

Човек и машина влязоха в люта битка, чийто залог се оказа здравето на хомо сапиенс. Нова диагноза – „хронична умора" – е на път да промени коренно навиците на хората в технологичния XXI век. Британски учени доказаха, че компютърът от най-големия помощник на човека се превръща в основна заплаха за неговото здраве. Все повече са хората, които сами си поставят диагнозата „постоянна умора", а лекарите откриват някакви медицински причини за нея само при един от всеки пет изследвани пациенти.

Стотици бизнесмени и знаменитости признаха, че страдат от новата болест. Холивудската актриса Гуинет Полтроу и дизайнерът Дона Карън например дори започнаха да се лекуват сами и препоръчаха на свои приятели и колеги да „повишават алкалността на кръвта" с химични препарати, за да се справят с тайнствения недуг. Експертите също казаха тежката си дума в случая и обясниха ситуацията така – всички хора днес страдат от „електронно безсъние". За да се избави от умората, човек просто трябва да изключи всички мобилни телефони, компютри, лаптопи, ноутбуци, таблети и всякакви други мобилни джаджи, които му пречат да остане насаме със себе си поне през нощта и да спи необезпокояван от сигнали за пристигнали SMS-и или съобщения от Skype.

Интернетът докарва „постоянна умора"

„електронно безсъние", „хипотиреоза", „адреналинова умора", „синдром на XXI век".

Въпреки сравнително лесната за изпълнение рецепта обаче ежедневно нараства броят на форумите в интернет, посветени на „хроничната умора". Това накара специалистите да търсят други причини за новата болест. Според тях съществуват най-малко още две теории за заболяването. Първата от тях се свързва с

понижаването на активността на щитовидната жлеза, което медиците наричат „хипотиреоза", а втората – „адреналинова умора", известна още като „синдром на XXI век". И ако за хипотиреозата се знае, че основният причинител на заболяването е недостигът на йод в организма, който предизвиква нервно-психични разстройства и влошаване на паметта, а по лицето и около очите се появяват отоци, то към чумата на новото столетие, освен характерната умора, се прибавят проблеми с храносмилането, сънят, неврози и болки от неизяснен характер. Главни виновници за всичко това според лекарите са стресът и неправилното функциониране на надбъбречната жлеза. Проф. Джон Уейс от Оксфордския университет обаче твърди, че повечето пациенти с такива оплаквания се лекуват в частни клиники, а лекарите там им поставят диагнозата „адреналинова умора" и ги лекуват със стероидни препарати, от които болните получават увреждане на черния дроб и сърцето, либидото им пада, а настроените започва да варира от апатия до необуздана агресия.

Липсата на достъп до мрежата предизвиква абстиненция

като при наркоманите. Британската компания за изучаване на потребителските нагласи към предлаганите на пазара стоки – Intersperience, съобщи, че зависимостта на европейците към интернета е толкова голяма, че ако трябва да се откажат от глобалната мрежа, това ще бъде равносилно на битката, която алкохоликът води, за да спре влечението си към чашката или заклетият пушач – цигарите. Научен експеримент, проведен от учени от университета в Мериленд, показа, че студенти, на които е било забранено да използват интернет, са проявили признаци на абстиненция. Те се чувствали „разстроени и самотни". 53% от тях не могли да обяснят защо липсата на интернет ги кара да се чувстват ядосани, а 40% направо заявили, че тъгуват за глобалната мрежа и изпитват самота, защото са останали само за ден без своите смартфони и лаптопи и без достъп до интернеттехнологиите. Един от участниците в експеримента дори съобщил, че усеща физическа болка от липсата, заявявайки „Имах чувството, че съм останал без едната си ръка".

Оказва се, че компютърът е в състояние да причини неподозирани пакости, а зависимостта от него набира невероятна скорост. Привързаността към машините прераства в зависимост, която е по-силна от зависимостта към кофеина, шоколада и алкохола, взети заедно, предупредиха американски експерти.

Американците обичат GSM-а повече от секса, кафето, шоколада и алкохола.

Не по-безопасен за здравето се оказа и мобилният телефон.

Изследване на технологичната компания TeleNav, специализирана в производството на GPS системи и приложения за мобилни устройства, проведено отвъд океана, показа, че повече от половината американци по-скоро ще се откажат от сладките неща в живота, отколкото от мобилните си телефони. Всеки трети е готов да зареже секса, всеки пети – четката си за зъби, а 21% от запитаните ще излязат боси и без обувки на разходка, но не и без мобилната си връзка със света. Навикът апаратът да бъде на една ръка разстояние е закон за 66% от американците, които заспиват с него под възглавницата.

Цифровите технологии навлизат в живота на човека и го променят драстично.

Учени и медици с нарастваща загриженост констатират, че мрежите и цифровите технологии все по-активно навлизат в нашия живот и влияят на отношенията в семейството, на работното място и на нашите потребителски навици. А масовото използване на интернет търсачките и базите данни дори е вредно, защото води до затъпяване, твърди психологът от университета в Колумбия Бетси Спароу. На същото мнение са колегите ѝ от Харвард и университета в Уискинсън – Денъл Уинър и Джени Лю. Учените провели един и същ експеримент в четири различни места в САЩ, но резултатите поразително съвпаднали. Оказало се, че хората запомнят по-бързо и добре информацията, която въвеждат в компютрите, ако изпитват страх, че тя може да се загуби. Друг експеримент доказал, че операторите на персонални компютри запомнят не съдържанието на информацията, а мястото в компютъра, където тя е записана. Всичко това означава, че човешката памет се адаптира към новите технологии и интернетът се превръща във външно хранилище на информацията. На практика машината замества мозъка, който след като не се използва, залинява, а човек просто затъпява.

7 милиарда и само една планета

Населението на Земята се увеличава главоломно. За вода и храна след десетилетия ще се водят войни, предупреждават учените

АНТОН АНДОНОВ

Земляни, сгъстете се още малко, за да направите място на 7-милиардния жител, който проплака в първите минути на деня на Вси Светии. Точно в деня, в който бъдещето плаши ритуално настоящето, облечено в карнавални костюми, за да си осигури весел и щастлив живот. Раждането на г-н „7 милиарда се превърна освен в празник и в повод за сериозен размисъл за бъдещето на Земята.

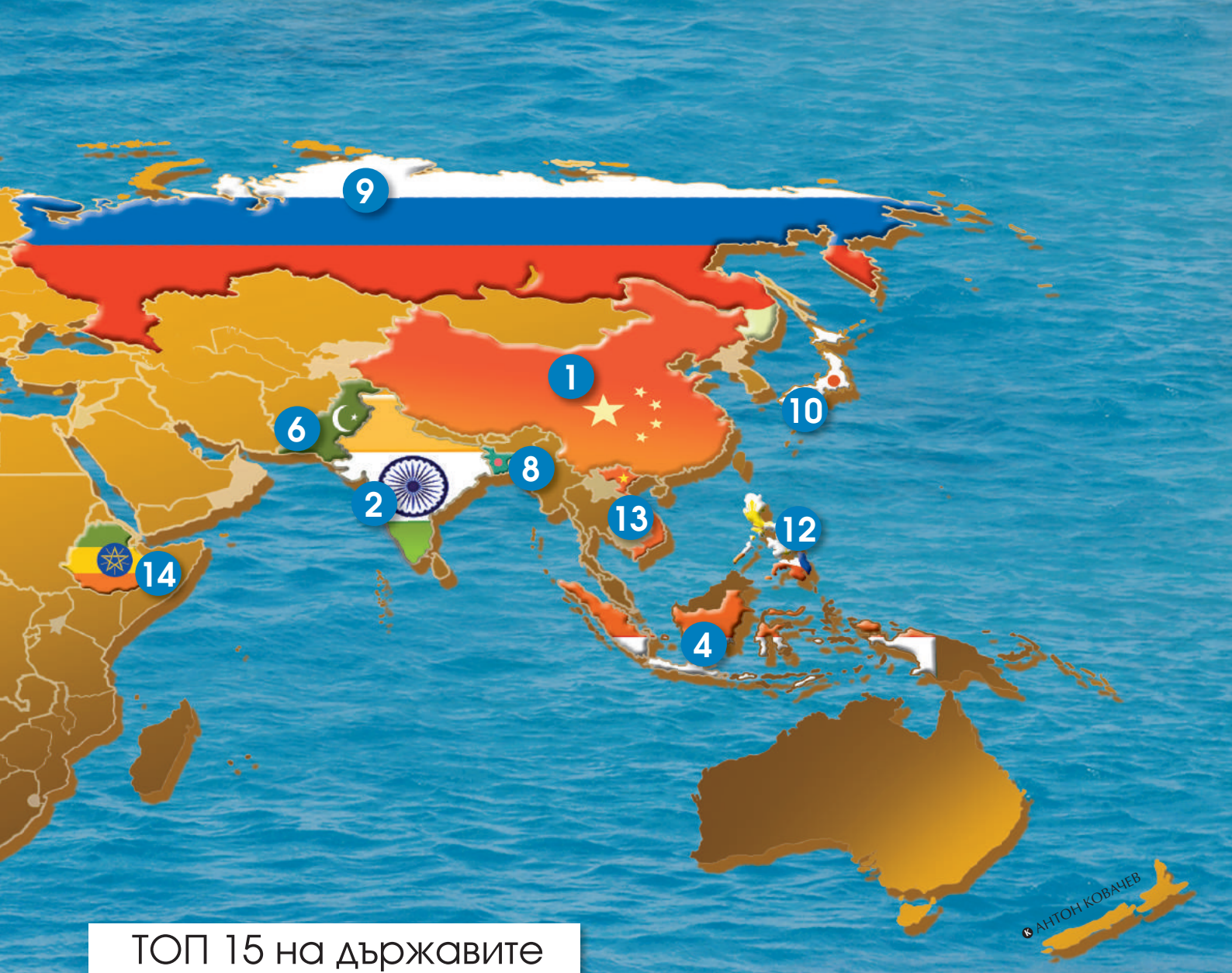
Цели 18 века трябваха на човечеството, за да прехвърли границата от 1 млрд. жители. И само 50 години, за да нарасне то от три до седем милиарда. Ако хората се множат със същите темпове, прогнозите на ООН сочат, че трябва да чакаме 10-милиардния жител през 2100 г. В същото време в аритметична прогресия расте тревогата, че природните ресурси и храната свършват. Проблемът сега е заглушен от фанфарите, звучащи на празника на седем милиардния жител, който се роди. Къде точно – в Русия, Филипините, Индия или някъде другаде по света, не е ясно. В нощта на 31 октомври първата си глътка въздух поеха 350 000 бебета по целия свят и всяко едно от тях може да претендира за титлата „Землянин 7 000 000 000”.

Русия твърди, че званието печели Пьотр Алексеевич Николаев. Бебето проплака две минути след полунощ местно време в Калининград, тежи 3,6 кг. а ръстът му е 50 см. Пьотр получи шанса да влезе в надпреварата и заради смяната на зимното часово време в региона – иначе той щеше да бъде записан в регистрите като роден на 30 октомври. Хрониката на тази предизвестена победа се допълва и с факта, че още на 28 октомври в официалния правителствен сайт на региона бе съобщено, че на майката на бебе 7 000 000 000 ще бъде връчен специален сертификат с надпис „Родила в деня на раждането на седем милиардния жител". Ако към това се прибави и фактът, че по същото време Фондът за населението на земята към ООН представя световния доклад за населението на планетата в Калининград, нещата започват да придобиват истинските си очертания. В същото време към титлата посегна и друг руснак. Александър проплака 19 мин. след полунощ на 31 октомври в Петропавлоск-Камчатка и получи първия си подарък от местните власти – апартамент.

Представителите на световната организация не пропуснаха да поздравят освен Пьотр и малката Даника Май Камачо, която се роди в столицата на Филипините - Манила. Детото получи торта от сътрудници на ООН, местните чиновници й подариха финансов грант, за да учи, а родителите се отсрамиха с пари за откриването на собствен магазин.

В Индия също твърдят, че юбилярят се е родил при тях. Това е станало в гр. Лакхнау, столицата на щата Утар-Прадеш, а момиченцето се казва Наргис и тежи цели три килограма. За да са сигурни, че точно там е проплакал 7-милиардният жител на планетата, властите съобщиха, че още шест деца са родени точно по същото време.

Ако се вярва на експертите на Виенския демографски институт и на Американското статистическо бюро, раждането на 7-мили-



ТОП 15 на държавите с най-много население в света (в милиони)

1.	КИТАЙ	1 341 335	
2.	ИНДИЯ	1 224 614	
3.	САЩ	310 384	
4.	ИНДОНЕЗИЯ	239 871	
5.	БРАЗИЛИЯ	194 946	
6.	ПАКИСТАН	173 593	
7.	НИГЕРИЯ	158 423	
8.	БАНГЛАДЕШ	148 692	
9.	РУСИЯ	142 958	
10.	ЯПОНИЯ	126 563	
11.	МЕКСИКО	113 423	
12.	ФИЛИПИНИ	93 261	
13.	ВИЕТНАМ	87 848	
14.	ЕТИОПИЯ	82 950	
15.	ГЕРМАНИЯ	82 302	

** По данни на Департамента на ООН за населението, към края на 2010 г.*

ардният жител предстои. Според тях това ще се случи в средата на март 2012 г.

На практика целият шум около раждането на Юбилейния землянин трябваше да насочи вниманието на хората към факта, че населението на Земята продължава да расте с бесни темпове, а природните ресурси, храната и водата са на свършване. След като през 1804 г. населението на Земята достига един милиард души, света се потруди да удвои жителите си през 1927 г. Само

32 години още трябваха, за да проплаче бебе 3 000 000 000, след което темпото на увеличение на населението забрави, че има и спирачки. За 40 години населението се удвои и 6-милиардното бебе проплака в Сараево през 1999 г., а последният юбиляр се появи на бял свят 12 години по-късно.

Заради напредъка на медицината средната продължителност на живот скочи с 10 години в сравнение с 1950 г. и вече е 68 години. Струпването на повече хора няма как да не бъде забелязано. Челната петица на най-населените държави се води от Китай - 1,33 млрд. и Индия – 1,17 млрд., следвани от САЩ (306,8 млн.), Индонезия и Бразилия. Очаква се демографската карта на света да бъде променена към 2050 г. когато Поднебесната империя отстъпи лидерството си на Делхи заради високата раждаемост, която ще вдигне населението до 1,69 млрд., а въведените ограничения в Пекин ще доведат до ръст от 1,31 млрд. души. За първи път в челната тройка ще влезе африканска държава. Нигерия с 433-милионното си население ще изпревари САЩ, където ще живеят 423 млн. души, въпреки че в момента африканската страна е 7-а в списъка със 162,3 млн. население.

Прогнозите сочат, че през 2100 г. демографските процеси ще направят така, че всеки трети жител на планетата ще бъде африканец. В момента на Черния континент живее една седма от населението на земята, а най-голям ще бъде прирастът в държавите на юг от Сахара, които от 600 млн. души след 90 г. ще бъдат 3,4 млрд., твърдят експертите на френския Национален институт за демографски изследвания.

Нигерия, която днес е най-населената африканска държава със 162 милиона души, ще преживее бум на населението, което ще достигне почти 750 милиона до средата на века. През 2050 г. в индустриална Германия ще живеят 72 млн. души, а в развиваща се Етиопия – 174 млн. В момента двете държави имат почти еднакъв брой жители - 80 млн. Това означава, че човечеството е изправено пред нашествието на жълтата и черната раси, което от своя страна накара европейски лидери да предупредят, че европейското благоденствие и ценности са обречени в свят със 7 милиарда души и само 500 млн. европейци, които дори не се подкрепят и не работят заедно. Все по-апокалиптични стават прогнозите за бъдещето на земята, храната и енергията. Според тях следващите войни по света ще се водят за природните ресурси и най-вече за водата. Ако светът не промени навиците си да потребява, през 2050 г. за неговото изхранване ще бъдат необходими три планети като нашата, предупреждават експерти. На обратното мнение са учените, които вече създадоха генно модифицирани продукти, с които се надяват да изхранят човечеството. Сметки на Световната банка сочат, че глобалното производство на храни ще трябва да се увеличи със 70% до 2050 година.

Даника от Манила, претендент за „бебе“ 7 милиарда

Ⓒ РОЙТЕРС

Интернет промени консумирането на музика изцяло и необратимо и остави звукозаписната индустрия на дооцеляване

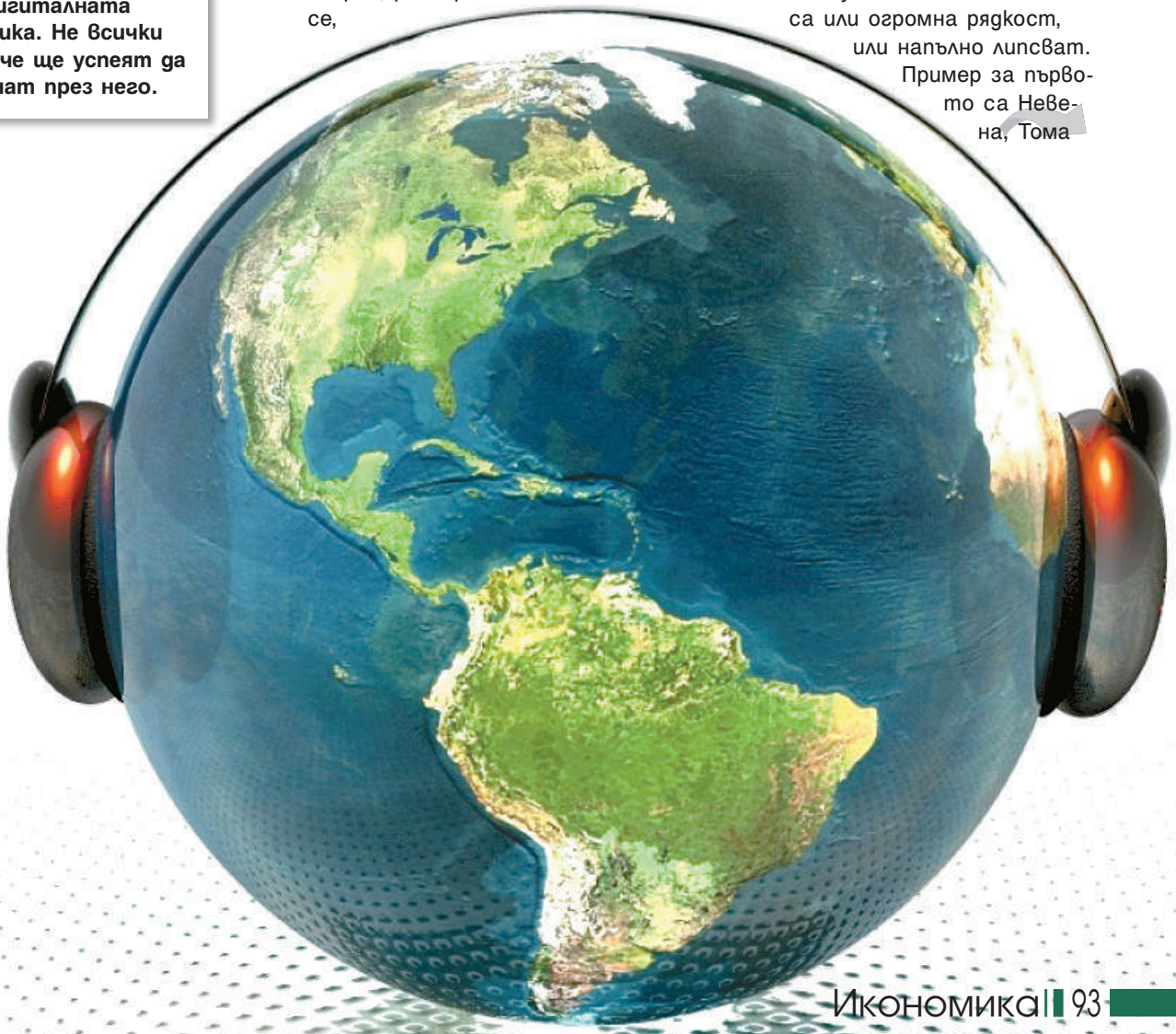
Изгубени ноти

След мъчително десетилетие, по време на което световните продажби на албуми се сринаха наполовина, големите звукозаписни компании се разделиха със стотици хиляди служители, а пиратството достигна върхната си точка, единственият изход е дигиталната музика. Не всички обаче ще успеят да минат през него.

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

Месеци наред Би Ти Ви и Нова телевизия водиха люта битка за зрителския интерес, въоръжени с шоу програмите за музикални таланти „Гласът на България" и „X Factor". И двете са с чужд лиценз. И двете се излъчиха за първи път у нас. И двете отбелязаха повече от приличен рейтинг и предизвикаха оживени дискусии в интернет пространството. Големият въпрос, разбира се, беше кои ще бъдат победителите. Сега, когато имената им са ясни, изниква много по-сериозен – ще се оправдаят ли очакванията им за музикална кариера?

Горчивата истина е, че шансовете за това са повече от минимални. Подсказва го съдбата на досегашните победители в подобни шоута. Въпреки неоспоримия си талант, нито един от тях не би могъл да се нарече успял дори с големи уговорки. Нещо повече – музикалните им изяви са или огромна рядкост, или напълно липсват. Пример за първото са Невена, Тома



и Маги Джанаварова от „Music Idol", а за второто – Светльо от „Five Stars", Дивна от „Пей с мен" и Богдана от „България търси талант". Победителят в „Star Academy" Марин записа едно-единствено парче и от няколко години живее в чужбина. Колкото и да е парадоксално, много по-активно се занимават с музика бившите му конкуренти Аксиния, Ивайло Колев и Дидо, който имаше шанса да замести Дичо като вокалист на „D2".

Могат ли да се променят нещата, така че да има смисъл да се печелят тези шоута? Не и в близко бъдеще. Основната причина е, че в България трудно печелят от музика дори отдавна утвърдени певци – страната ни е на едно от последните места в Европа по продажба на албуми и на едно от челните по пиратство. Другата е, че незавидната музикална съдба на победителите в шоутата за таланти е световна тенденция.

Макар през последното десетилетие да се излъчват с огромен успех в много страни, предаванията от рода на „X Factor", „American Idol", „Britain's Got Talent" и „The Voice" никога не са имали за основна цел да бъдат платформа за новоизгряващи звезди. Те се правят преди всичко за привличане на телевизионна аудитория и печелене на пари, а акцентът им не е толкова върху музиката, колкото върху състезанието. Зрителите се радват на добрите изпълнения и се присмиват на лошите. Но дори и безброй пъти да са гласували за победителя, това далеч не означава, че ще се втурнат да купуват албума му. И именно защото подкрепата им в повечето случаи приключва с края на шоуто, победителите с наистина успешна музикална кариера се броят на пръсти. Лиона Люис от „X Factor", Кели Кларксън и Кари Ъндърууд от „American Idol" и сензацията Съюзън Бойл от „Britain's Got Talent" са сред малкото изключения от правилото за 15-минутната слава на участниците в шоутата за таланти. Повечето биват забравяни толкова бързо, колкото се прочуват, въпреки че наградата им задължително включва договор с голяма звукозаписна компания.

Това е съвсем закономерно, като се има предвид, че само за последното десетилетие световните продажби на албуми са намалели с около 50%, като при заглавията на новите изпълнители процентът е над 80%. Този повече от драматичен спад в приходите доведе до огромно съкращение на работни места в звукозаписната индустрия и принуди студиата, продуцентите и музикантите панически да търсят нови бизнес модели. Кризата наложи изненадващо прегрупиране дори сред най-големите играчи. През 2004 г. компанията Sony се сля с BMG, а

Музиката, съхранявана чрез услугата Amazon Cloud Drive, е достъпна от всякакви устройства с интернет връзка

през ноември т.г. Universal купи EMI. Така, заедно с Warner Music Group, „Големите 5" в музикалната индустрия станаха „Големите 3".

Интернет и новите технологии промениха „консумирането" на музиката изцяло и необратимо. Дори чудо не би могло до помогне на звукозаписните компании да възвърнат позициите си, защото макар все още да предлагат и страхотни продукти, те просто не могат да правят пари от тях. Казано с две думи, бизнесът умира. Много анализатори дори са на мнение, че не е далеч моментът, когато няма да съществува нито една музикална компания. Основен виновник за това е, разбира се, онлайн пиратството. Дори в страни със сравнително ниски нива на използване на нелицензирани услуги, обемът на нелегалния достъп до музика сериозно надвишава този на потреблението на легални записи. Във Великобритания например 76% от песните, които са били свалени от интернет през 2010 г., са били нелицензирани. Колкото и странно да звучи, вината за тази ситуация е преди всичко на музикалните компании. Техният най-голям провал е, че не успяха да предотвратят пиратството още в зората му, а именно като сключат мир с първата безплатна търсачка за файлове Napster.

На 15 юли 2000 г. шефовете на някои от най-големите музикални компании в света се събират на тайна среща с Ханк Бари, изпълнителния директор на фирмата, чиято собственост е сайтът. Казват му, че искат да подпишат лицензионни сделки с него, като идеята е да позволят на десетките милиони потребители на Napster да теглят файлове срещу месечна такса от 10 долара. Сделката обаче така и не е сключена, тъй като мастимите шефове не успяват да се споразумеят помежду си за всички условия. Вместо това през следващите месеци пръскат милиарди за съдебни дела срещу Napster. Това е истинско самоубийство за тях, защото търсачката предлага страхотна възможност за звукозаписния бизнес. Тя е първата по рода си и по онова време всички ползват само нея. В момента за овладяване на пиратството вече не може да става и дума, защото има прекалено много подобни сайтове и ако се спрат, веднага ще се появят други.

Нещо по-лошо – музикалните компании изчакаха почти две години след спирането на Napster на 2 юли 2001 г., преди да се осмелят да подпишат лицензионна сделка с онлайн магазина iTunes Store на Apple. Преди това те се опитаха да създадат свои собствени виртуални магазини. Единият беше PressPlay, предлагащ само музика на Sony, Universal и EMI, а другият - MusicNet с песни от каталога на EMI, Warner Music Group и BMG. И двата се провалиха, защото бяха скъпи, а форматът на предлаганите файлове не беше съвместим с много от MP3 плеърите, които се предлагаха на пазара по онова време.

Така iTunes Store успя да заеме една безценна ниша, която можеше да предотврати много от сегашните проблеми на музикалните компании. Покойният Стив Джобс още

Стив Джобс (вдясно) и Боно на представянето на революционния iPod през 2001 г.

Британската сензация Сюзън Бойл

тогава беше категорично убеден, че в бъдеще хората ще колекционират дигитална музика така, както са колекционирали грамофонни плочи, касетки и компактдискове. Днес това вече е факт. Но макар платеното сваляне на дигитална музика да расте непрекъснато, то далеч не може да компенсира загубите от спадането на продажбите на компактдискове.

Другата голяма грешка на звукозаписните компании беше, че твърде дълго време принуждаваха клиентите си да си купуват цял албум, за да чуят 1-2 любими песни от него. Жизнено необходимото завръщане към продажбата на сингли закъсня ужасно, а когато най-накрая се възроди, вече не можеше да става и дума да надмине онлайн конкурентите си.

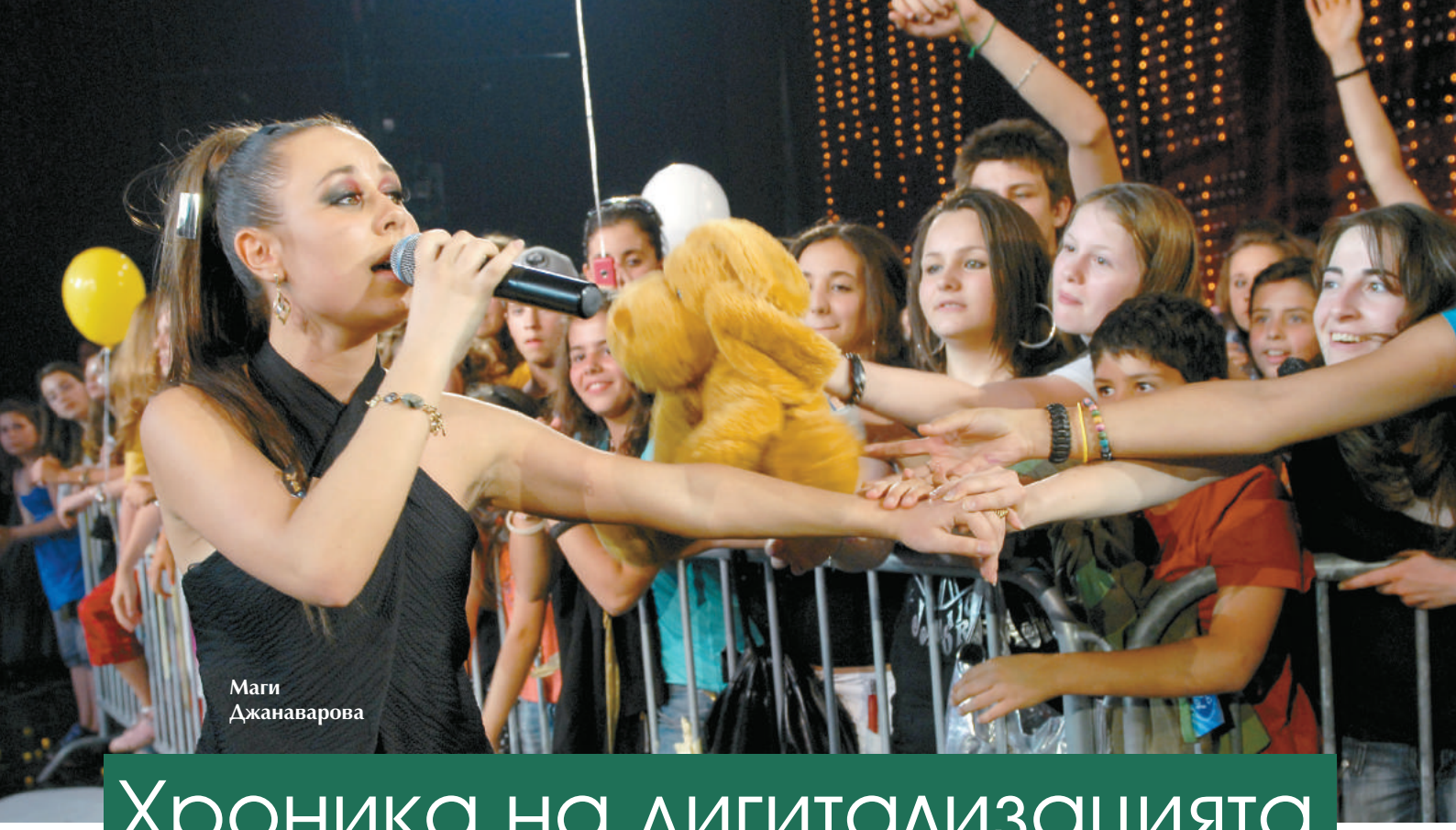
Непрекъснатият спад в продажбите на албуми промени значително и нагласите на музикантите. Дори най-големите имена вече разчитат преди всичко на печалбите от концерти на живо и рекламни стоки. За да се възползват в максимална степен от това, звукозаписните компании масово започнаха да сключват т.нар. „сделки 360", които им носят процент от печалбата от всичко, до което се докосне съответният певец или група.

Все повече обаче се увеличава броят на музикантите, които не виждат смисъл в това да имат договор с музикална компания. Отдавна отминаха времената, в които звукозаписното студио с техника за милиони беше единственото място, където можеше да се „роди" песен или албум. Не особено скъп софтуер вече позволява това да се случва дори в нечия спалня. Ако са направени добре, записите са с повече от прилично качество и посредством интернет могат да се предоставят директно на феновете. Така те получават достъп до изключително разнообразна музика, която в голямата си част е много евтина или направо безплатна. От това компаниите като Apple, които предлагат софтуер за запис, си осигуряват допълнителен канал за солидни приходи. В същото време звукозаписните студиа по света непрекъснато фалират. В Лос Анджелис например броят им е наполовина по-малък, отколкото е бил преди 5 години.

Подобна е тенденцията и при музикалните магазини, които изчезват с огромна скорост. Повечето днешни тийнейджъри вероятно дори не са слушали музика в друг формат, освен в MP3. Най-големите музикални магазини сега са виртуални, като в периода 2004-2010 г. продажбите на дигитални записи в световен план са скочили с 1000%.

В началото на октомври беше разпространена една сравнително окуражаваща новина, свързана с американската музикална индустрия. Оказа се, че през първите 9 месеца на 2011 г. общият брой на продадените албуми – дигитални и на физически носител, е с 3% по-висок от този през същия период на 2010 г. Това се случва за пръв път от 2004 г. насам, като тенденцията за спад в продажбите на компактдискове се запазва, но той не е толкова драстичен, колкото в предишните 5 години. Според неотдавнашно проучване на американски маркетингови анализатори догодина продажбите на дигитална музика в страната за пръв път ще изпреварят тези на компактдисковете. Прогнозите са, че в световен план това ще се случи през 2015 г.

Въпреки неволите на големите компании, хората по света продължават активно да слушат музика. Немалко проучвания дори сочат, че през последните години интересът към нея се е увеличил. С тази разлика, че в момента тя има преди всичко емоционална стойност, защото реално няма цена. Превръщането на дигиталната музика в доминираща сила е логично и неизбежно. И както се случва в природата, естественият подбор ще определи еволюционното ѝ развитие. Междувременно ще оцелеят само най-силните.



Маги Джанаварова

Хроника на дигитализацията

1991

Специалисти от международната научна организация „Фраунхофер" създават формата MP3 за цифрово кодиране на аудиоинформация.

1994

- Парчето „Head First" на групата „Аеросмит" е първата песен, пусната за свободно теглене в интернет.

- Компанията Microsoft пуска операционната система Windows 95, включваща дигитален медиен плеър за възпроизвеждане на аудио и видеофайлове.

1996

Световната организация за интелектуална собственост приема стандарти за защита на авторските права на звукозаписите и другите дигитални продукти, разпространявани в интернет.

1997

Стартира сайтът mp3.com за легално споделяне на дигитална музика.

1998

- На пазара в САЩ е пуснат първият преносим MP3 плейър. Той се казва Rio, а паметта му е с размер 32 MB. Само няколко дни след появата на продукта Асоциацията на звукозаписната индустрия в Америка завежда дело срещу компанията производител Diamond, обвинявайки я в нарушаване на Закона за забрана на аудиозаписи в домашни условия от 1992 г. Съдът обаче отхвърля исканията за спиране на продажбата на плеъра, определяйки го като „образцов продукт за лична употреба с некомерсиална цел".

- Създаден е онлайн магазинът eMusic – един от първите, които започват да продават музика в MP3 формат.

1999

- Започва да функционира сайтът Napster за безплатно сваляне на музика. Само за 18 месеца той се сдобива с почти 80 млн. регистрирани потребители.

2000

Сайтът mp3.com стартира услугата my.mp3.com, която позволява на регистрираните потребители да правят копия на личните си компактдискове с музика, която впоследствие да могат да слушат онлайн. Големите звукозаписни компании завеждат дело за нарушаване на авторските им права и след като го спечелват, собствениците на сайта са принудени да им платят обезщетение в размер на 54 млн. долара.

2001

- Сайтът Napster спира да функционира, след като собствениците му са признати за виновни по обвинение за нарушаване на авторски права.

- На пазара в САЩ е пуснат iPod – мултимедийният плеър на компанията Apple.

2003

- Създаден е онлайн магазинът на Apple за дигитална музика iTunes Store. В момента от него могат да се купят над 16 млрд. песни.

- Асоциацията на звукозаписната индустрия в Америка завежда хиляди дела срещу частни лица, качващи нелегално музика в интернет.

- Създадена е социалната мрежа Myspace, която позволява на музикантите да качват и продават там свои песни, ако държат правата върху тях.

2004

Европейският парламент одобрява финалния вариант на текста на Директивата относно упражняването на права върху интелектуалната собственост.

2005

Създаден е сайтът за видео споделяне YouTube.

2006

Компанията Microsoft пуска на пазара собствена марка аудиоплейъри - Zune.

2007

- В САЩ започва продажбата на iPhone, мултимедийния смартфон на компанията Apple. Само за 2 дни са изкупени 270 хиляди бройки.

- Компанията, изготвяща официалната британската класация за сингли, започва да включва и песни, пуснати само в дигитален формат, т.е. без физически носител.

- Английската рокбанда „Рейдиохед" предоставя седмия си албум „In Rainbows" за сваляне от интернет срещу цена по избор на купувача.

2009

98% от синглите, продадени в световен мащаб, са дигитални.

2010

29% от приходите на музикалните компании са от продажба на дигитална музика.

2011

- Март – компанията Amazon пусна услугите Cloud Drive и Cloud Player, позволяващи на потребителите да съхраняват музикални файлове с общ размер до 5GB и достъп до тях от различни устройства с интернет връзка, като компютри, смартфони и конзоли за игри.

- Ноември – Google отвори собствен магазин за дигитална музика като директна конкуренция на iTunes Store и Amazon. Едно от предимствата му е, че песните, купени от него, могат да бъдат споделяни с приятели за еднократно слушане посредством социалната мрежа Google+. Музикантите, които нямат договор със звукозаписна компания, пък могат да продават песните си в магазина срещу еднократна такса от 25 долара и съгласие да предоставят на Google 30% от приходите си.

Къде сме ние

Победителката в „Гласът на България" Стелияна Христова

Тома

България е на последно място в Европа по продажба на музика, сочат последните актуални данни от 2009 г. на Международната музикална индустрия (IFPI). У нас са продадени едва 600 хил. копия музика на CD, което е 40% спад спрямо 2008 г. /с 1 милион копия/. В световен мащаб сме 48-ми от 51 страни, като зад нас остават единствено Уругвай, Перу и Еквадор. Единствената категория, в която България се нарежда на по-висока позиция, е тази за приходи от права за изпълнение (performance rights). Отчетените 2.1 млн. долара представляват сумите, които дружеството за колективно управление ПРОФОН е събрало. Страната ни се нарежда на 33-та позиция от 43 държави, що се отнася до приходите от правата за публично изпълнение на музика (клубове, ресторанти, хотели) и правата за излъчване (телевизии, радиостанции). През 2009-а за първа година IFPI отчита дигитални продажби в България – те са на стойност 0.7 млн. долара, като 70 % от тях са от съдържание, свързано с мобилни телефони (36 % от мастъртонове и 34 % от рингбектонове). Онлайн стриймингът е донесъл 27 на сто от дигиталните приходи, а 3 % са "други". По отношение на приходите от дигитални продажби на музика, страната ни е на 44-та от 50 позиции в света, като след нас има 2 европейски държави – Словакия и Хърватска.

Според произхода на репертоара, едва 12 % е делът на българската музика, чуждестранната държи 83 на сто, класическият жанр – 2 %, а компилациите представляват 3 на сто от пазара. Като цяло приходите на Българската звукозаписна индустрия по вид се разпределят така – 57 % са от физически продажби (дискове и касетки), 32 % са от права за изпълнение и 11 % от дигитална продажба (основно съдържание за мобилни телефони).

Финалистите в „X Factor"

Владислав Карамфилов - Въргала:

Всеки си носи и героя, и негодника!

Предпочитам да съм героят

За това, че Влади Въргала снима филм не с държавни пари, а с лични средства, се говори поне от шест години. Актьорът, нашумял още от времето на телевизионното „Ку-ку", ипотекира всичко, впрегна цялото си семейство в сбъдването на голямата си мечта. Сега тя е на екран. Казва се „Операция „Шменти капели" и повече от два месеца зрителите не спират да пълнят киносалоните. През октомври филмът спечели и наградата на публиката на фестивала на българското кино „Златната роза" във Варна. Вярно, хаотичен е, но пък действа като плесница с посланията си. Още с първите минути изрича онова, за което всички подозираме, но не искаме да повярваме. Изрича задкулисния план от 1989-а за бавното и мъчително унищожение на страната ни, на хората ѝ, на бъдещето им: как да се създадат нови партии, как да се разпределят и изнесат парите, как да се сформират икономически и борчески групировки, как, как, как... Целият ни мутренско-чалгаджийски пейзаж е събран и разказан през погледа на несретния учител по математика Цеко Цеков и неговото лъскаво, безскрупулно алтерего с незапомнящо се име. Май такава е и съдбата на автора: от публиката са розите, от акулите собственици на киносалони – боят. Той обаче е решил да не спира и вече обмисля тв сериал със същия сюжет.

Интервю на ВИОЛЕТА ЦВЕТКОВА

- Влади, първата мисъл, която ми хрумна след финалните надписи на „Операция „Шменти Капели", беше: колко ли трябва да го е стегнала човек шапката, че да заснеме такъв филм?

- Може би по-стресиращото е, че го писах още през 2000 година. Е, после шест години си задавах въпроса защо, Господи, не мога да го направя този филм. И разбрах, че онази фраза на царя „когато му дойде времето" е много мъдра. Просто не му беше дошло времето. Във филма има неща, които, уви, хората чак сега могат да ги осъзнаят. Да разберат, че са жертви на целия този план, който ни беше приложен от 1989-а насам... Дойде времето да кажа на хората, че сме градили крепост върху фалшив фундамент. Поглеждаме надолу и откриваме, че нямаме почва под краката си. За да не падне надолу, всеки се хваща за другия, мислейки, че ще се закрепи, но и него повлича. Всички с бясна скорост летим надолу.

- Дори нямаме нужда някой да ни натиска в казана, както в онзи стар виц?

- Не, даже махаме, за да си разбием по-бързо главите… Питаш ме как съм написал това нещо – сюжетът се формулира в момента, в който говорех с един човек и си дадох сметка, че всъщност разговарят две жертви. Идва трети човек и изведнъж станахме три жертви. Срещам още пет човека, оказва се, че съм срещнал още пет жертви. Викам си, добре де, кой е палачът? Обръщам се и виждам, че всички ние от другата си страна сме палачи. Всеки смята, че това, което му липсва, ще го вземе от другия и ще го има. Ама не е вярно, защото и от него вече е взето. Всеки взема от другия, а последният пак ще вземе от теб. И колкото повече взема, толкова по-голямо е парчето, което късат от душата ти, от тялото ти, от живота ти.

- Защо според теб е така?

- Ще ти отговоря с въпрос: знаеш ли защо в Малайзия хората винаги са усмихнати?

- Не.

- Защото там няма думата „не". Ако го попитат ходил ли е примерно в Америка, той отговаря „планувам да отида" или „може би по-нататък", но не казва „не". Това ме изуми. А ние все считаме, че някой ни е виновен. Не бе, хора, ние сме си виновни. Защо мен не могат да ме накарат да бъда друг? Просто всичко е личен избор. Бедността е личен избор. Дори и много от трагедиите, които се случват с хората, са провокирани. Това е истината – жертвите и палачите са двете лица на една и съща монета.

- Друг на твое място щеше да вини управляващите ни.

- Виж, навремето шаржирано си представих някои от управляващите в други грехи. С каска и ватенка, с милиционерска униформа, с ръкавели на счетоводител… И защо, си викам, не са станали такива, а са тръгнали да управляват? Просто те са направили своя личен избор. Ето тази идея ще развия в сериала.

- Ще направиш „Операция „Шменти капели" на сериал?

- Да, ако е рекъл Господ, за ТВ7. В сериала ще видим как някой отнема по нещо от душата на всеки от отрицателните персонажи, които влизат и вземат късче от душата на главния герой. Влизат, поздравяват го, той им се усмихва, свит е, а те всеки ден грабят душата му… Огледай се, не живеем ли във време, в което върви единствено бизнесът на съдия-изпълнителите? Те правят обороти... Аз направих един филм и преди малко отидох да взема 300 лева назаем от приятел, за да мога за пръв път от една година да отида със семейството ми някъде за два дена.

- Влади, ужасно звучи, толкова зрители гледат филма ти!

- Ужасно, ама е факт. Затова питам след като аз съм изпълнил своя професионален, творчески и обществен дълг – защото много лесно мога да взема сборник с вицове и да ти го направя на филм, който ще попилее от смях българина, но аз реших да разкажа смешна история за едно много страшно нещо – защо след като съм изпълнил своя дълг, сега не само че не мога да си върна парите, но и дообъркват живота си? Виждам зловещите последици на това, че е унищожена ценностната ни система. То не касае само мен, а културата на тази държава. Касае киното й конкретно. И изобщо не става дума за моето семейство.

- Касае го, защото си заснел филма със собствените си пари.

- Да, шест години правих този филм. Всяка стотинка, с която разполагах, я инвестирах в него. Този филм струва 7-цифрена сума. Имам кредити от банки, имам лични средства, целият ми живот и всичко, което е на семейството ми, е ипотекирано, за да направя този филм. Всичко, което можех да не го плащам – парно, вода и т.н. – не го плащах, защото си казвах, че ще направя филма, ще го продам и ще си платя сметките.

- Два месеца след премиерата залите продължават да са пълни, ала ти май не си щастлив?

- Да, два месеца по-късно (смее се) хората ме срещат по улицата,

Ф ЛИЧЕН АРХИВ

спират ме, поздравяват ме, боксофисът е страхотен, а аз вземам 300 лева от приятел – защо става така? Защото българското кино касае само България. Нито един голям кинопроизводител няма интереси да има българско кино, защото какво ще прави с американските си филми? Кината навсякъде в Европа се държат от две лобита. Целта е да се унищожи киното ни, както беше целта да се унищожи земеделието ни, машиностроенето ни, металургията, здравеопазването… всичко. Остана ни май само „зъбният" туризъм.

- Говориш за лобитата…

- В България киноразпространението и кинопоказът са монополни. Има две фирми, притежаващи 75% от пазара на кино у нас, като едната държи 65%. Следователно те спокойно могат да си направят не картелно споразумение, а другарска вечеринка, на която решават точно как да става всичко. В крайна сметка за мен, който съм направил филм с моите си пари, остават реално около 10% от постъпленията в кината, другото отива за тях. В България не може да има приход от кинопоказ, по-голям от 2,5 млн. лева. Както и да го сметнеш, 10% на 2,5 лева не могат да покрият само рекламата на един филм. А тя не е каприз, тя е структура от бизнеса. Парите, които съм дал за филма, не са за да се върти камерата и да си ме снима. Не, дал съм ги на повече от 1000 човека, свързани пряко с производството на този филм.

- С тях на чисто ли си?

- Имам още съвсем малко да оправя. Няма човек, който да не е получил парите си. На мнозина дори съм плащал по-скъпо, отколкото плащат чуждите продукции в България. Ценя труда на всеки, не съм се скъпил.

- Единствено на себе си не плати и сега вземаш 300 лева назаем…

- Неее, аз получих това, което исках, и то стигна до хората. Оттук нататък се боря за материалната част. И то не е защото тя касае мен – тя касае българското кино.

- Искаш да създадеш фонд за българско кино – нещо, за което официалните институции говорят поне от 15 години…

- Да, аз съм примерът как при тези условия не може да съществува българско кино. Доньо Донев, светла му памет, го каза: „Киното е традиция." Краката сами трябва да те водят към него. Е да де, ама как, като отиваш да гледаш чужди филми и летвата е много висока. Когато се направи български филм, той трябва да отговаря на всички критерии на съвременното кино. Все едно да вземеш да произвеждаш автомобили в днешно време, да направиш нещо от нивото на лада или жигула и да очакваш хората да го възприемат. Не може! Тоест цената е висока. Колкото до фонда за българско кино, той е болезнено необходим. До момента 99% от филмите у нас са ангажимент на държавата. Снимат се с пари, разпределяни по много точно описани неясни критерии. Ама много точно описани неясни критерии! Без да унижавам колегите си, но по едно и също време с „Операция „Шменти капели" излязоха още два нови български филма, които потънаха. Единият след една седмица, другият след три. Всичко може да е било перфектно, но дребна подробност да обърка всичко. Както кацата с меда и…

- … и лъжичката с катрана.

- Да, нямаше да се сетя за катрана (смее се). Виж, филмът е продукт на талантливи хора. Дето се вика, има всички основания да стане хубав филм, но не става. А държавата е дала милиони. Първо, никой не носи отговорност, второ, догодина същите ще раздават парите и… историята се повтаря. Само аз мога да го кажа, защото не съм на тази хранилка: Това са крадци! Вземат парите, строят си нови къщи и обясняват на артистите и екипа, че малък е бюджетът, малко са парите, ама другият път повече… Това е! Крадат парите, поделят си ги, с по-малко от половината правят един продукт, който естествено не става… Има два вида филми – филми за правене и филми за гледане. Е, аз исках да направя филм за гледане. Никой нямаше да ми даде пари за това. Щом искаш да правиш филм за гледане, ще влезеш в банката, ще теглиш оттам. Ето затова смятам, че 5% от цената на билета трябва да влизат във фонд за българско кино. От всички кина! Няма гледаемост – рискът си е изцяло твой. Филмът ти обаче има 50 000 зрители - ето ти примерно по 2 лева от този фонд. Има 100 000 зрители – ето ти по 3 лева от този фонд. Има 200 000 зрителите – получаваш съответното. При 200 000 зрители, това е реалната гледаемост у нас, ти си изпълнил своя граждански дълг. И ето ти от този фонд 1 млн. лева, защото си направил нещо, което вълнува обществото.

- Значи случва се фондът и очакваме цветя и рози?

- Хм. Не съм чак такъв оптимист. Първо, съмнявам се, че кината ще допуснат българските филми да бъдат на екран повече от една-две седмици. И второ, този фонд вероятно ще се оглави от някакви мизерабли, които пак ще разпределят парите по някакви други критерии и пак ще се намерят вратички да се източат. А основният критерий трябва да е зрителят!

Веднъж раздаваше рози на площад „Гарибалди“

- Какво правим тогава?

- Проблемът е в изтрезняването. Продължаваме да сме като наркомани в абстиненция в кабинета на доктора. Специалисти ти казват, че не можеш повече да се друсаш, родителите ти те връзват с колани за леглото и ти мразиш тях, а не мразиш себе си, че си станал наркоман. Не мразиш дилъра, който ти даде дрогата, а мразиш тези, които те слагат в момента на диета. Изтрезнейте бе, хора! Елате, върнете се на земята, станете нормални! Най-страшното е, че не слагаме акцента на проблема върху вярното място, а върху ненужните, най-шумните подробности. А нещата са много прости. Мен ме боли по същия начин, по който и теб. Когато твоето дете се разболее, аз се тревожа и за него, както за моето. Е, разтревожи се и ти за моето! Тогава ще можем да си помагаме. Ако 10% от енергията на вражда, злоба, завист и всички други национални черти – ама те не са и национални, а са навсякъде, където има бедност – ако 10% от тази отрицателна енергия се насочеше към положителни цели, балансът щеше да е друг. Само пет човека ли го разбират в тази държава? Ако ти не си помогнеш сам, никой няма да ти помогне тук. Вярно е, обаче, че ако вземеш нещо, което не е твое, това е кражба. А Господ гледа, не прощава… Знаеш ли, на 7 ноември раздадохме 5000 бели рози на пл. „Гарибалди”, а на другия ден нито една снимка в нито един вестник.

- С какво си го обясняваш?

- Как да ти го обясня… Ето, виждаш, минават непознати, с усмивка казват „здрасти, Влади”, спират коли, идват, може ли да се снимаме, автографи, те са харесали филма. Чета форумите, интернет е мястото за изливане на омраза и негативизъм, а не можеш да си представиш какви прекрасни неща пишат там за нас. Тук-таме има някое злобно, гадно обаждане и самите хора веднага го смачкват. Затова имах нужда да кажа моето „благодаря”, затова поръчах от Холандия белите рози – слизате от трамвая, виждате цял площад в цветя, заповядайте, честит понеделник. БНТ и ТВ7 излъчиха репортаж, но във вестниците на другия ден видях само снимки на изнасилени, на бити, цигани, политици… Чакайте бе, това случайно ли е? Защо думите „обичам те” и „благодаря” ги няма никъде?

- Ти го казваш в началото на филма си, Влади. Онзи страшен монолог със задкулисния план, на който е подложена държавата ни преди 22 години… там може би е всичко?

- Да, ето тези пет минути! Първите пет минути са едно към едно това, което се случва у нас. И понеже в човека живеят и героят, и негодникът, някак по-лесно се става негодник. За мен обаче е по-интересно да съм герой (усмихва се).

- Това го има и в повечето от новите ни филми и сериали – харесваш ли ги?

- Те са голяма глътка кислород за гилдията. И публиката харесва повечето от тях. Освен зрителският интерес обаче, е важно и посланието. Най-важното послание е, че имаме нужда от любов. Най-големият филм за мен е английският „Настина любов”, гледал съм го поне 12 пъти, истински шедьовър, а толкова простичко изрича всичко. Навремето една баба ми каза: „Дори змията има нужда от топлина, от ласка.” А ние търсим начин да се самоизядем...

Виж, филм се прави с талантливи хора и с пари. Парите не са основата, но са бензинът. Защото и ферари да имаш, като нямаш бензин, не можеш да се състезаваш. Като нямаш гуми, също не можеш да се състезаваш. Като се разхлопа нещо, ако не го оправиш, пак не става. Банкерът Цветан Василев е човекът, който на мен ми помогна да завърша филма, всичко мое е и негово. Поех всички ангажименти, че ще си върна парите, и ще направя така, че да има условия това да се случва. Защото изпитах на свой гръб грабежа – не, по-страшно е, това е рекет от страна на киносалоните. Ако искаш, ти казват. Кой ще ти каже „ако искаш” на щанда с киселото мляко? Никой! Защото всяка от марките там се бори за твоите стотинки. А в големите кина у нас, оказва се, се бориш да занесеш своите пари на техните собственици. Дори за да поставиш плакатите и рекламните материали за филма си трябва да им платиш. Произвел съм над 3 км полицейска лента, на която пише „Операция „Шменти капели”, и не ми дават да използвам нищо от рекламните си материали пред кинозалите. Казаха ми, че ще ми изпратят своите условия и цени за позициониране на моята реклама. Нещо повече, крият рекламата и имам всичко документирано. Мога да докажа как системният администратор на едно от тези кина пише против нашия филм в блоговете. Мога да докажа, че ни накараха да подпишем клауза в наш ущърб, която никой друг не е подписвал. И защо? Няма обяснение. Ама не можеш да вземеш една нива, да ѝ обереш житото и да я залееш отгоре с газ. Нали и утре ще искаш да я обереш.

- Добре, нали ако има повече реклама, повече зрители ще дойдат в кината?

- Да, но те си печелят и без това. За моя филм няма билети, но те го свалят от една голяма зала и го преместват в две малки, чиито места общо не са колкото в голямата. Идва семейство с две деца, искат да гледат, но им казват, че няма билети за „Шменти капели". Какво да правят, влизат и гледат друго. Киното си получава своето, но бюджетът на това семейство за кино е изчерпан и те няма да се върнат на следващия ден… Добре, разходите за кинопоказ са големи, но средствата, които прилагат собствениците на салони, са непочтени и унищожаващи културата на България. Знам как гледат на мен, но съм убеден, че имам право да говоря за култура. Защото за културата на тази държава съм дал много пари, докато други само са взимали. Всичкото, което до ден днешен съм работил, съм си го плащала. И след това, ако е можело да излезе на фитка, е било цяло чудо.

- Кажи сега, кога се захващаш със сериала?

- Може би от средата на януари. Гриша Островски го каза навремето: „Тишината е стартова площадка за всяко изкуство." В момента, вместо вече да съм започнал да си връщам заемите към институции и хора и да съм спокоен да започна нова работа, трябва де се занимавам с оцеляване. Точно това обаче три пъти повече ме амбицира да започна да пиша. Че аз цял живот съм живял без пари! Имал съм много, но съм ги давал за работа. Да, колкото повече пари имаш, толкова повече те уважават. Ами мен не ме интересува това уважение, интересува ме уважението към свършената работа. След Нова година се захващаме с Георги Илиев, талантлив млад писател, много години е живял в Америка. Режисьори ще бъдат Иван Митов и Жоро Костов, екипът ще е същият. Не се колебая за интереса на зрителите, защото всеки ще иска да види Ботора и Гипса в развитие. За съжаление няма да мога пълноценно да използвам някои от другите герои, защото актьорите вече са главни герои на други сериали по други телевизии. Това също е голям проблем.

- Ти играеш двама души – трудно ли беше?

- Не. Всеки е двама души. Въпросът е кой си повече. Единия го играех, другия го живея. Кой? Нека си остане за мен. Ще ми падне имиджът! Знаеш ли, с годините наблюдавам как хората гледат на теб по различен начин. Едни хора те гледат отдолу нагоре, а други – отгоре надолу. Отдавна съм спрял да се оглеждам в очите на хората, за да видя как изглеждам. Но това те поставя веднъж ту в ролята на малкия, ту в ролята на големия. И така в живота си непрекъснато се бориш да изглеждаш големия в очите. Аз пък цял живот се стремя към баланса. Дали ще ме нападнеш, или ще ме възвеличиш, няма значение – аз знам кой съм. Знам си пороците и недостатъците, боря се с тях, но си знам и качествата. И не искам, а давам. Но изисквам, изисквам проста човешка справедливост. И тук вече идва дисбалансът, а хората казват „моя не е нормален".

С любимата жена

- Търпят ли те още вкъщи?

- Искаш да кажеш другите продуценти?! Децата и жена ми реално са продуценти на филма. Силвето беше с мен през цялото това време. Е, на премиерата имаше сълзи в очите – нормално е (смее се). А синът ми, който вече е в 11 клас, дойде при мен и за пръв път видях някакво признание в очите му. Досега винаги ми е бил опозиция, просто защото сме много еднакви и той все иска да ми покаже колко е „голема работа", а аз го знам. Дойде при мен, много кратко ме прегърна и ми каза: „Баща ми, гоУЕм си!" (смее се).

- Само заради тях си струва нов обет да дадеш – виждам, че пак си пропушил…

- Всичко направи Бог. Да, преди време се молих и стана. Не защото аз мога, а защото Той каза „добре". Дадох обет, че няма да пия, няма да пуша. Изчистих изцяло душата си и вървях с любов към всеки един от процесите, към всеки един от хората, които се включваха в тях. Дори и към тези, които пречиха. И някак си Бог сам отстраняваше пречките пред мен. А зрителите до ден днешен влизат в залата. Няма реклама, няма афиши, но залата е пълна. Да не мислите, че човек може да го направи?! Не. На седмия ден след премиерата обаче запалих цигара. И изведнъж всичко се обърка. Май трябва пак да спра. Не пия, но си казах, че малко мога да попуша… Всъщност така завършва филмът: Ако четете този надпис, значи в България се сбъдна една мечта. С Божието благоволение се сбъдна. Сега сме на втората фаза, но не знам колко сълзи ще бъдат пролени за сбъдването на новата мечта.

Със семейството по време на традиционния фестивал на народните нации в Женева

Бойко Василев:

Губим каузи, когато воюваме помежду си

Малка държава сме за толкова много его

„Светът на живо" е съвместен проект на БНТ и Фондация „Америка за България". Първият сезон вече е излъчен, а вторият стартира на 6 октомври. Сред създателите на документалните филми са продуцентът и сценарист Бойко Василев, операторът и режисьор Хрисимир Данев, авторите Поли Златарева, Надежда Узунова, Добрина Чешмеджиева, Катя Тодорова, режисьорът Миглена Атанасова, монтажистът Силва Величкова, редакторите Надежда Узунова и Елин Рахнев. Премиерата на поредния епизод „Денят на истината" е на 22 декември. За него разговаряме с една от емблемите на БНТ Бойко Василев.

- Г-н Василев, как подбирате темите за поредицата „Светът на живо"?

- Критериите са три. Първо, подбираме най-интересното, което се случва по света, второ, кои са важни за България и трето, как можем да вземем нещо, от което да се поучим. Така че филмите са различни. Филмите от „Светът на живо" разказват невероятни истории, като опростено кръвно отмъщение в Албания; грък, чийто дядо е убит от българите, но той се е оженил за българка; жена, преследвана от ЕТА в Испания; паметник на Брус Ли в Мостар, който трябва да излекува раните от войната в Босна и Херцеговина...

- Каква е темата на последния ви филм „Денят на истината"?

- Заглавието е метафора, многозначна, която, от една страна, е в смисъл на Видовден, от друга, отпраща към истината – най-трудното нещо в нашия живот. Става дума за скандала с „Нюз ъф Дъ Уърлд". И парадоксалното със скандала в Англия беше не за прикриване на истината, а за преследването ѝ на всяка цена.

- Кое е по-страшно – скриването на истината или преследването ѝ с всички средства?

- Има ги и двата проблема – и скриването на истината, включително изопачаването ѝ, и преследването ѝ с всички средства. Първата линия е презрението към истината. Един от основните герои във филма е 27-годишен журналист, който напуска със скандал таблоида, в който работи, и решава да разкрие всичко, което е видял там. Как се подвеждат цели нации, разказва как се фабрикуват заглавия, как се изопачава истината, как често английските таблоиди обслужват този или онзи политически интерес. Това е едната част на историята. Другата е конкретният повод, по който възникна скандалът с „Нюз ъф Дъ уърлд". Спомняте си, че бяха подслушвани над 5800 души! И на хората не им е жал, ако става дума за някоя звезда, напротив, те се радват. Но се оказа, че е подслушван и хакнат телефонът на 13-годишната ученичка Мили Даулър, която изчезва, а впоследствие става ясно, че е загинала. А хора на „Нюз ъф Дъ Уърлд" проникват в телефона ѝ и изтриват гласови съобщения, които се оказват от изключителна важност за разследването, а и още по-лошо, дават на родителите фалшив сигнал, все едно детето е живо. И оттам стана целият скандал. Но не е скандал за нещо, което се прикрива. Става дума за морал, не за лъжа и какви са границите в истината, добита по този начин, границите в журналистиката.

- Какви са историите на хората във филма?

- Говорихме с над десет души, което наистина е много, обаче е по-добре да има повече и различни гледни точки. Всичките ни събеседници са много интересни. Има баща и син журналисти – съответно в „Гардиан" и „Индипендънт", бивш кореспондент на „Таймс", сега професор в университет, с един от най-известните адвокати – защитници на свободата на словото Марк Стивънс, защитавал и Джулиан Асанж от Уикилийкс... Също и с Вон Смит - човека, дал домашен адрес, за да се регистрира Джулиан Асанж при задържането му. А самият Смит пък е и шеф на клуб за журналисти – „Фронтлайн клъб". Там например членовете му говорят основно за себе си, а това е изключително важно за самокритиката, която е поразена от собственото ни его. Освен всички тях имаме и българско семейство, живеещо от десетина години в Лондон, а жената е директор на две български училища. Снимахме и какво мислят за медиите от едно от окупиращите движения - „Окупирай Лондон". И още един важен акцент – темата за обществената телевизия - интервюирахме Ник Хайъм, топрепортер от Би Би Си. Разговаряхме и с омбудсмана на вестник „Обзървър" - специален редактор, чиято длъжност е от изключително значение - той отсява повтарящите се или радикални мнения, преценява кое да се извади на преден план като важно за вестника. Срещнахме се и с политик – председателя на комисията по култура и медии в британския парламент, той говори за политиката и медиите. Това са различните аспекти, в които се разглежда темата. По принцип медиите по света имат общи проблеми – икономическо и политическо влияние, доколко пиарът измества журналистиката, доколко интернет заплашва съществуването на печатните медии и телевизиите... Но най-важно от всичко е да имаме силата да се погледнем критично и да преодолеем егото си. Губим каузите, когато воюваме помежду си. Губим битките, губим и войната. Битките ни за тиражи и рейтинги изглеждат дребни и в крайна сметка - има място за всички. Малка държава сме за толкова много его!

Кевин Естрада – човекът, превърнал Кобейн в Христос

Фотографът на звездите разказва за златните си години с рокбандите за първи път пред българска публика

Когато човек се роди, когато се ожени, когато преживява най-триумфалните си мигове, запечатва тези спомени завинаги... на хартия. Снимките, старите семейни албуми или черно-белите фотоси на идолите в изкуството. Те носят история. Те са история. Именно такъв човек история е 43-годишният Кевин Естрада. Най-вероятно името му не ви говори нищо. Не се притеснявайте - нямате дупки в общата култура. Американецът с латино корени цял живот е стоял зад, а не под прожекторите, но е живата рок енциклопедия. Бил е с най-големите звезди. Присъствал е на раждането на легендите на траш метъла – Slayer, Metallica. Снимал е зад кулисите на гръндж рока. Забавлявал е самия Кобейн. Ето какво си припомни Кевин за златните си години за пръв път пред български читатели.

ИВАНИЧКА ТОДОРОВА

Кърт Кобейн

- Здравей, Кевин. Запознай българите със себе си.

- Казвам се Кевин Естрада. Роден съм и израснах в красивия Лос Анджелис. Имам по-голям брат и съм истински щастливец, защото и двамата ми родители са в прекрасно здраве и ми помагат. Винаги съм се интересувал от изкуство - рисуване или по-точно скициране. От малък бях сигурен, че ще се занимавам с артистична професия, но никога не съм и помислял, че това ще е фотография.

- В биографията, която Джоел Макайвър написа за Slayer (издадена у нас от Addix), пише, че си започнал да снимаш на 13 години. Кой те запали по това?

- Мисля дори, че започнах още по рано - на 11-12 години. Брат ми беше човекът, който се интересуваше от фотография. Имаше сносна 35-милиметрова камера и дори си направи тъмна стаичка вкъщи. Стана ми интересно и на мен и се промъквах в стаята му често, за да взимам апарата. В същото време много се запалих по музиката и по-точно по хард рока. Започнах да ходя по много концерти и често си тръгвах от залите с чувство за празнота. Тогава реших, че е доста добър начин да запомниш едно шоу, като направиш няколко снимки от концерта. Вкарвах апарата тайно по концерти, запечатвах спомени и проявявах снимките, които пазя и до ден днешен.

- Какво беше първото нещо, което снима?

- Първата ми снимка беше на постерите, които висяха по стените на стаята ми. Това беше най-близкият досег до Джими Пейдж и Айс Фрийли, който можех да имам по онова време. После направих няколко кадъра на Van Halen. Не бяха много добри! Но бях твърдо решен да се усъвършенствам. Вече бях пристрастен!

- Фен си на Slayer и ги снимаш от самото начало преди 30 години. Разкажи ни за периода, в който са правили участия в училищни салони? Как успяваше да вкараш камерата си незабелязано?

- Доста е забавно. Излиза, че имам суперталант да откривам велики банди съвсем в началото на тяхната кариера. Тогава много се фуках, като разказвах на приятелите си, че съм открил нова банда. Бях идеалната черна станция за нова музикална информация в моята компания. Колкото до камерата

- изобщо не беше лесно да се промъквам с нея. Понякога бях принуден да залепвам апарата с тиксо към врата си и да прикривам издутината с качулката на горнището си. Приятелите ми пък криеха обективите в големите си тупирани коси. По-лесно беше да снимаш неизвестни, отколкото известни групи. Пък и бях сигурен, че тези момчета ще станат известни, а аз ще съм човекът, който ще има снимки от самото им начало. Така й стана.

- Как си обясняваш този си талант?

- Просто го имам. Различни компании ми плащаха да откривам нови банди и таланти, за да подпишат с тях договори. Някои от групите, които подписаха договор благодарение на мен, са Coal Chamber, Chimaira, Devil Driver, Spineshank.

- Кога за пръв път се срещна на четири очи с музикантите от Slayer?

- Бях много нервен. Първият, когото видях, беше Том (Арая - фронтмен). Бях много уплашен, защото той изглежда ужасно агресивен - истински дявол на сцената. Бях сбъркал генерално. Открих, че Том е много земен човек с прекрасно чувство за хумор.

- Какви са те в личния си живот?

- Нямат нищо общо с това, което хората очакват, гледайки ги на сцена. Разбира се, всеки си има тъмна страна, но слязат ли от сцената, са големи веселяци и е много готино да се мотаеш с тях. Мислех, че са войнствени пратеници на сатаната... но за щастие бърках.

- Как стана техен официален фотограф?

- Бих казал, че съм повече от техен официален „неофициален" фотограф. Един ден просто се обадих на мениджъра им и му казах, че искам да му покажа малко снимки на групата, които сам съм правил. Отидох в офиса му и той прегледа какво съм произвел - тонове фотографии от всичките им турнета. Беше изумен колко много снимки съм направил. „Как си направил толкова снимки, без да има дори идея кой си?", попита ме той през смях. Следващата стъпка беше моите

снимки да илюстрират програмата на турнето Clash Of The Titans и да организирам сесия за обложката и книжката към албума Decade Of Agression. След това вече можех официално да снимам колкото си поискам Slayer.

- Голям приятел си с Кери Кинг (китариста на Slayer).

- Отношенията ни се задълбочиха на основата на доверието. Колкото повече снимах бандата, толкова повече ми вярваха. Стана ни комфортно да сме заедно. Кери е готин пич и има доста нелогично чувство за хумор... просто трябва да се научиш кога да се смееш и кога не пред него.

- Не си ли помислял и ти да станеш музикант, след като само с такива хора контактуваш?

- Свиря на китара и дори съм участвал в няколко банди. Но не съм човек, който е създаден да стои на сцена, а пред нея със своята камера. Занимавал съм се малко и с продуцентство, доро името ми е сред продуцентите на албума на Slayer „Countdown To The Apocalypse".

- Когато си на концерт, какво виждаш през визьора на апарата и какво, като свалиш камерата?

- Не мога истински да се забавлявам на концерт, ако не го гледам през обектива. Сякаш получавам по-голяма енергия, хващайки мига с камерата си. Знам че по принцип енергията на музиката не намалява от факта, че нямам фотоапарат в ръцете, но аз така го чувствам за себе си.

- Какво никой не може да улови в една снимка?

- Наистина трудно е да се каже, но мисля, че знам отговора - силата, енергията и емоцията от истинско тежко пого. Много са пробвали, включително и аз, но досега никога не съм виждал пого, чиято снимка да предава правилно начина, по който си се чувствал вътре в него или когато си го гледал точно пред себе си.

- Въпреки обширното ти портфолио имало ли е музикант, когото не си могъл да снимаш?

- Иска ми се да можех да направя няколко портрета на момчетата от The Clash. Снимал съм техен концерт и мисля, че са най-фотогеничната банда на всички времена.

- От Парис Хилтън до Rolling Stones и Slayer. Какъв ти е критерият?

- Нямам. Просто трябва да снимам със страст, това е.

- Работил си с Nirvana. Разкажи малко от кухнята. Какъв беше покойният Кърт Кобейн?

- На снимките на Smells Like Teen Spirit, по време на почивката, Кърт намери един гоблен в гардеробната. Беше нарисуван Исус Христос, но Кобейн нямаше и идея за това, просто му харесаха цветовете. Завърза си го около врата като наметало и започна да тича наоколо като супер герой. Дръпнах гоблена и му показах изображението на Исус. Кърт се разсмя. Закрих лицето му отново с гоблена и се

пошегувах, че прилича на „пънк рок Христос". Кърт се кискаше под гоблена и помоли да му направя снимка, за да може да се види. Тези два кадъра са може би двете най-важни снимки, които някога съм правил.

- С какво се занимаваш в момента?

- Снимам за няколко списания, правя тв интервюта и снимки за VH1 и Biography Channel. Освен това имам още няколко проекта в ръкава. Работя по фотокнига с Ники Сикс от Motley Crue. Снимам някои от най-големите актьори за студиата на 20th Century Fox и имам сценарии за рокендрол филм, около който започна да се надига интерес. Надявам се именно това да е следващата ми авантюра.

- Имаш ли семейство, деца?

- Да. Женен съм от 7 години и имам две прекрасни дъщери.

- Има ли нещо, което да правиш без камера?

- Обичам да свиря на китарата си, да режисирам музикални клипове и да преследвам мечтата си да режисирам филм.

- Кой снима теб самия?

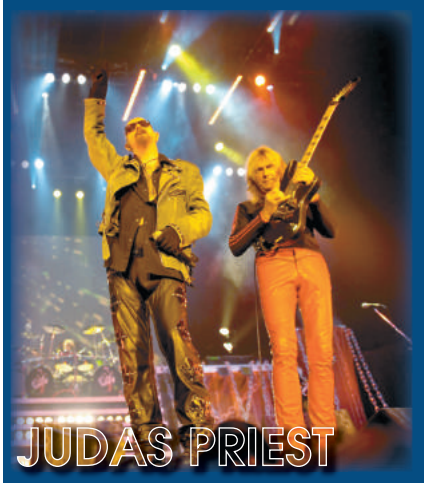
- Забавен въпрос. Мразя да се снимам. Рядко може да ме видиш на снимка. Жена ми ненавижда тази моя черта и много държи да изпълнявам съпружеските си задължения, като позирам на семейни снимки.

- Мислил ли си някога да напишеш книга или за живота си с рок звездите?

- Странно е, че питаш. Писането на книга е неизбежно. Много хора искат това от мен и аз с удоволствие бих го направил. Когато правилните хора ми дадат предложение и се спрем на най-добрата идея, ще се случи.

- Кой ти е любимецът в музикалния бизнес?

- Срещал съм толкова много хора от този бранш и ще ми е по-лесно да ти кажа кой не ми е. Сред любимците ми първо изникват имената на Джони Кеш, Робърт Смит от The Cure, Кърт Кобейн и Крис Новаселич от Nirvana, Леми (Килмистър), всички от Slayer, разбира се, Ники Сикс от Motley Crue, Джонатан Дейвис от Korn, Майк Мюър от Suicidal Tendencies...



- Кои са върховете ти?

- Два са - историята с Кърт Кобейн през 1991-а, която ти разказах, и черно-бялата сесия с Джони Кеш, която направих за албума му Unchained през 1996-а.

- Колко и какви камери имаш?

- Започнах с „Пентакс К-1000" - фотоапарата на брат ми. През 1983-а мама ми купи Canon AE1. След това сам си взех на старо Canon F1 – камера, създадена за военните фотографи във Виетнам. С нея изкарах грънджа годините си. След това минах на Canon EOS1 през 1993-а и така, докато превключих на дигитална камера Canon 1D. След това последва Canon 5D. Едва през 2009-а преминах на Nikon. Сега работя с две камери - Nikon D3 и Nikon D700, но пазя всичките си стари апарати, защото ги обичам и имат твърде висока сантиментална стойност. Като деца са ми!

- Знаеш ли нещо за България? Може и да познаваш някой българин, съпругата на Пол Диано е българка например.

- Не знам много за страната ви, но много ми се иска да пътувам с някоя банда до тук и да я посетя. Единственото, което знам за вас е, че сте големи рок фенове.

- Имал ли си злополуки по време на работа?

- Мога да напиша цяла книга за това. Гърбът ми е бил порязван от електрически нож, ритали са ме в очите с военни кубинки, много пъти са ми разбивали устата, цепили са ми главата, късали са ми цели кичури коса. Дори не искам да започвам с проблемите, които имам по летищата. Трябва наистина да обичаш работата си, за да я работиш след такива неща.

69-годишният дизайнер се върна на върха в категорията на луксозните модели. Без да прави друго, освен да остане верен на стила си

Светът в обувките

„Моля ви, господине, не ги вземайте! Това са любимите ми сандали! Купих ги на половин цена при разпродажба на мостри!" Тази гореща молба отправя Кари Брадшоу, главното действащо лице в хитовия сериал „Сексът и градът", към въоръжен мъж, дръзнал посред бял ден да отмъкне обувките ѝ Manolo Blahnik. Твърде смело многословие за жена, към която е насочен пистолет? Но не и когато тази жена благоговее пред въпросната марка като пред божество. Не и когато вместо с годежен пръстен, любимият ѝ Тузара ѝ предлага брак с обувка на Бланик в ръка.

Манията на героинята на Сара Джесика Паркър по моделите на дизайнера го превърна в истинска модна знаменитост. Преди появата на тв поредицата неговото име беше познато предимно на богатите нюйоркчанки и лондончанки, а сега е нарицателно за много скъпи, много красиви и много елегантни обувки с изящно тънко токче. Дори сред милионите жени по света, които никога не са виждали на живо модел на Бланик и само в мечтите си биха похарчили между 400 и 4000 долара, за да се снабдят с такъв.

Неслучайно за щастливките, които ги притежават, обувките са ценни като диаманти. Носят ги най-стилните жени на планетата – от кинозвезди до принцеси, от супермодели до държавнички. Главният редактор на американския Vogue Ана Уинтур от повече от десетилетие не признава друга марка обувки, а преди няколко години Мадона ги определи като „по-прекрасни от секса".

През последните 3-4 години обаче Manolo Blahnik беше отстъпила първото място сред най-предпочитаните марки луксозни обувки в света. Нова вълна дизайнери, като Кристиан Лубутен, Брайън Атууд и Никълъс Къркууд, отхапа солидно парче от пазара чрез агресивно налагане на моделите си и спечелване на симпатиите на безброй представителки на шоубизнеса. Особено успешен в детронирането на Маноло беше французинът Лубутен, чиито основни оръжия са показността и украшенията. Неговите обувки не само че са моментално разпознаваеми заради червената си подметка, но и почти без изключение са с много каишки, катарами, кожи, панделки, ресни и копчета.

С характерното си безразличие към модните тенденции Бланик остана верен на своята естетика. „Не съм привърженик на помпозността – казва той. – Никога не съм се изкушавал да правя от онези противни модели, които приличат на мебели. Обувките могат да бъдат екстравагантни само ако са удобни за носене."

Именно тази философия на Бланик върна моделите му обратно на върха – не само по продажби, но и по популярност. В началото на юли британският супермодел Кейт Мос се омъжи в прекрасни обувки на Маноло. Негови модели носеха манекенките, представили пролетно-лятната колекция на дизайнера Марк Джейкъбс. Страстна почитателка на Бланик е и съпругата на принц Уилям Кейт Мидълтън, която бързо си спечели репутация на модна икона.

В нюйоркския магазин за луксозни стоки Bergford Goodman един от моделите от последната колекция на дизайнера се е разграбил толкова бързо, че се наложило да се състави списък с чакащи. Собствениците на популярната верига Neiman Marcus пък твърдят, че изпитват сериозни затруднения да поддържат в наличност повечето обувки от марката, въпреки че цените им там започват от над 600 долара.

За много американци е невъзможно да проумеят привлекателната сила на обувки, чиято цена се равнява на 1/4 от годишния бюджет за облекло на средностатистическо четиричленно семейство в САЩ. Пазарните анализатори обаче възприемат възвърналия се интерес към Маноло Бланик като нещо крайно положително. И то е, че във време на икономическа криза безконтролното харчене не изглежда като добра идея дори за хората без финансови проблеми и те се връщат към красивото. Жените,

Нюйоркският бутик на дизайнера изглежда съвсем скромно, сравнен с този в Дубай

Сара Джесика Паркър раздава автографи върху модела обувки, с който героинята ѝ Кари Брадшоу получи предложение за брак от Тузара

на Маноло Бланик

които печелят добре, гледат на обувките на Бланик като на нещо, от което се нуждаят и което заслужават. Неслучайно по време на визитите му в американските универсални магазини го посрещат тълпи от почитателки. Преди няколко месеца една от тях го помолила да се подпише на прасеца ѝ, после изхвърчала нанякъде, а когато се върнала, автографът вече бил превърнат в татуировка.

Макар и доста крайна, тази постъпка е ярък пример за обожанието към Бланик.

Успехът му е забележителен най-вече заради това, че за него е отговорен единствено той. Маноло не разчита на асистенти и стажанти и сам е измислил дизайна на всеки един от над 25-те хиляди модела, които носят името му. Освен че рисува скиците, той издялква гърбените калъпи, по които се моделират обувките, и оформя токчетата. След това надзирава производствения процес и дори измисля как да изглеждат рекламните кампании. И всичко това без официално да е изучавал занаята по правенето на обувки. Шегува се, че не е имало нужда, защото притежавал най-добрия вкус в света.

Роден на Канарските острови през 1942 г. в семейство на чех и испанка, Маноло израства в бананова плантация. С по-малката му сестра Еванхелина се обучават вкъщи, а единственият по-близък имот е имението на дядо им. „Накъдето и да се обърнех, виждах банани или море – спомня си днес дизайнерът. – Беше като в рая."

През юли супермоделът Кейт Мос се омъжи в обувки на Бланик

Семейството пътува често до Париж и Мадрид, където майката на Маноло си поръчва дрехи от любимите си дизайнерски къщи като Chanel и Balenciaga. Страстна почитателка на модата, тя убеждава островния обущар да я научи да си прави еспадрили. „Обожавах да наблюдавам експериментите ѝ – разказва Бланик. – Сигурен съм, че интересът ми към обувките е генетично заложен."

Надявайки се синът им да стане дипломат, родителите на Маноло го карат да запише политика и право в университета на Женева. Още след първия семестър обаче той се преориентира към по-близки на сърцето му специалности – литература и архитектура.

През 1965 г. заминава за Париж, за да учи история на изкуството. Междувременно си изкарва хляба като продавач в бутик за винтидж облекла. Мести се в Лондон през 1969 г., след като баща му го съветва да усъвършенства английския си. Дори му дава пари за престижна школа, но Маноло предпочита да прекарва следобедите си в местните киносалони, гледайки филм след филм.

След известно лутане между работа като продавач на дрехи и ангажименти като момче за всичко в няколко театрални продукции, Бланик решава да гради кариера на сценограф. За тази цел подготвя портфолио с рисунки и в началото на 1971 г. заминава за Ню Йорк. Скоро след пристигането му там близката му приятелка Палома Пикасо, дизайнерка и дъщеря на прочутия художник Пабло Пикасо, му предлага да му уреди среща с главния редактор на Vogue Даяна Врийланд. Запознанството им е повече от съдбоносно. Когато зърва рисунките на Маноло, легендарната Врийланд възкликва: „Колко забавно! О, скъпо момче, прави аксесоари! Трябва да се захванеш точно с това. Прави обувки."

Маноло направо е смаян от съвета ѝ. Но се вслушва в него. Без да губи време, той се връща в Лондон и започва трескаво да работи по дизайна на мъжки обувки – цветни версии на онези, които са го впечатлили в любимите му стари филми. Продава моделите си на бутик с името Zapata, разположен в централната част на Челси. Когато не рисува, прекарва часове наред във фабриката, където се произвеждат обувките, за да опознае процеса. Но съвсем скоро си дава сметка, че мъжките модели му предоставят твърде тясно поле за изява. Затова се преориентира към дамските.

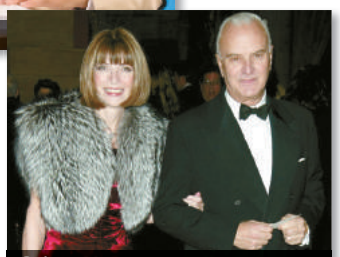
През 1972 г. ексцентричният лондонски дизайнер Ози Кларк поръчва на Маноло да измисли дизайна на обувките, които ще носят манекенките, представящи следващата му колекция. Като дизайн моделите са повече от впечатляващи – в ярки

цветове и с интересни каишки. Факторът „удобство" обаче липсва почти изцяло.

„Понеже нямах никакъв опит, не знаех, че трябва да сложа метални пръчки в токовете – спомня си днес дизайнерът с усмивка. – В резултат на това всички онези красиви момичета, сред които бяха Туиги и Аманда Лиър, докараха танцувална походка на модния подиум. Мислех си: „Боже мой, това е краят!". Но всички много харесаха шоуто. Дори решиха, че това е новата мода при манекенската походка. Така че дължа цялата си кариера на една грешка."

След въпросното ревю обувките на Бланик в Zapata са изкупени за отрицателно време и стават любими на Джаки Кенеди-Онасис и актриси от ранга на Джейн Бъркин, Лорън Бакол, Шарлът Рамплинг и Мариса Беренсън. Маноло започва да търси надежден производител, който да коригира техническите недостатъци на моделите му, и го намира в покрайнините на Северен Лондон. Постепенно той самият се усъвършенства в занаята. В средата на 70-те, когато хит са масивните обувки на платформа, Бланик започва да лансира изящни модели с тънък ток, които са негова запазена марка и до днес.

Бланик със своя клиентка



С Ана Уинтур, главния редактор на американското издание на Vogue

Първият му бутик е именно на мястото на Zapata. Купува го със заем от 2000 паунда, поверява го в ръцете на сестра си, а след това посвещава усилията си на превземането на американския пазар. Случва се през 1978 г., когато прави колекция обувки за нюйоркския универсален магазин Bloomingdale's. На следващата година отваря и собствен бутик в града.

До средата на 80-те Бланик вече е открил печелившата формула за своите колекции – комбинация между умерена авангардност и голяма издръжливост. Поставил е и основите на успешни сътрудничества с модните ветерани Келвин Клайн, Каролина Ерера и Оскар де ла Рента, както и с по-младите им колеги Джон Галиано и Айзък Мизрахи.

И тогава, както и сега, Бланик се вдъхновява от многобройните си страсти – киното, изобразителното изкуство, архитектурата, цветята. В имението му в град Бат се пази по един чифт от всички 25 хиляди модела, които е създал до момента. Подредени са по дати и се съхраняват в кутии – безценна колекция, която струва стотици милиони.

„Макар че се занимавам с мода, никога не съм се съобразявал с тенденциите – казва дизайнерът. – Мисля, че е безумно всеки сезон да променяш драстично стила си. Наясно съм с икономическата ситуация и знам, че за много хора моите обувки са прекалено скъпи. Но те се изработват ръчно от много красиви и висококачествени материали, така че е невъзможно да се продават за 100 долара. Но могат да се носят години."

Като доказателство, че го е грижа за световните проблеми, дизайнерът е включил в пролетно-лятната си колекция за следващата година два модела еко обувки. Те са част от сътрудничеството му с природозащитничката Марсия Паттмос и са изработени изцяло от корк и лико. 40-годишния си моден юбилей пък Бланик планира да отбележи със следващата си колекция есен-зима.

Макар да е ентусиазиран от възвръщането на интереса към своята марка, той отказва да се съгласи с твърдението, че неговото време отново е настъпило. „Не мисля, че съществува такова понятие като моето време или нечие друго време – категоричен е дизайнерът. – Правя това, което ми харесва. Никога не съм преследвал парите или славата. Те просто сами дойдоха при мен."

Актрисата Луси Лиу е сред почитателките на дизайнера

Факти

- ✓ Рожденото му име е Мануел Бланик Родригес.
- ✓ Има бутици в Лондон, Ню Йорк, Лас Вегас, Дъблин, Атина, Мадрид, Истанбул, Дубай, Кувейт, Хонконг, Сеул и Сингапур.
- ✓ През 2007 г. получава почетното отличие Орден на Британската империя заради заслугите си към модната индустрия на монархията.
- ✓ Три известни дами могат да се похвалят, че негов модел е кръстен на тях – Сара Джесика Паркър, бившият супермодел Линда Еванджелиста и английската актриса Чайна Чоу.
- ✓ По молба на сценаристката и режисьор София Копола изработва 100 чифта обувки за нейния филм „Мария Антоанета', който през 2007 г. печели Оскар за костюми.
- ✓ Два пъти е избиран за дизайнер на годината от Британския моден съвет и веднъж от Съвета на американските модни дизайнери.
- ✓ Резултатите от мащабна анкета на американското списание Footwear News, проведена през 2007 г., показват, че 1 от 3 американки би скочила с бънджи от високия 227 метра мост „Голдън Гейт" в замяна на доживотно безплатно снабдяване с обувки на Бланик.

По канона на празника

Всяка жена, на която се е случвало на новогодишно парти да свети повече от елхата или в последния момент да отклони примамлива покана, защото няма какво да облече, знае отлично, че празничният сезон крие безброй рискове за модна катастрофа. Малката черна рокля е изпитан във времето вариант, но е колкото безопасна, толкова и безинтересна. А водещите световни дизайнери направиха така, че тазгодишната празнична мода да е всичко друго, но не и скучна. В нея властват елегантност и разкош, атрактивни материи и изненадващи акценти – все предпоставки, които правят избора на тоалет за празниците повече от богат. Водещите тенденции звучат така:

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

При облеклата господстват подчертана елегантност и блясък, дължините са строго определени, а обувките - задължително крайно екстравагантни

Блясък, пайети и мъниста

Сребристите и златисти материи открай време са класика при празничните облекла и тази година не прави изключение. Същото важи за пайетите и мънистата, както и за блестящите бродерии, които в голямата си част са разположени така, че придават изключително модерен, почти футуристичен вид на тоалета. Единственото, с което трябва да се внимава в случая, е тези детайли да не са прекалено много на брой. Твърде възможно е да предизвикат ефект, обратен на желания, особено ако са разположени върху части от тялото, които не е добре да бъдат подчертавани.

Дантела

И съвсем нежните, и по-грубите варианти, имат място на новогодишното парти. Заради дребните си шарки първите служат преди всичко за акцент, а вторите присъстват като горна „обвивка" на ултра елегантни рокли. По отношение на цветовете изборът е между бялото и черното. Иначе дантелата се комбинира перфектно с кожа с косъм – любимото зимно съчетание на модна къща Chanel.

Прозрачни материи

Дизайнерите ги поставиха на челните места сред най-хитовите тенденции на празничния сезон. Акцентът обаче не е върху секси излъчването, демонстрирано чрез директно разкриване на формите, а върху елегантността, постигната посредством наслагването на пласт върху пласт. Изкусното „подреждане" на материи като коприна, шифон и тюл предоставя голямо поле на въображението, като в същото време е достатъчно смело. Разбира се, може да се прибегне до допълнителни мерки за предпазване от прекалено вулгарно разкриване на плът. Тук на помощ идват бродериите и пайетите.

Пера

Господстването им на модните подиуми по време на представянето на колекциите есен/зима 2011-2012 съвсем закономерно ги направи част и от официалните облекла. До такава степен, че манекенките дефилираха със суперкъси рокли, покрити изцяло с пера, както и с дълги, декорирани пребогато с тях. Те красят дори голяма част от актуалните в момента модели вечерни обувки.

В зависимост от това по какъв начин се носят перата могат да създават елегантно и женствено излъчване или да придават дързост и екстравагантност на тоалета. Най-безопасният вариант е да бъдат използвани като акцент, например върху горната част на роклята.

Много дълго или много късо

Изборът зависи изцяло от личните предпочитания. Но роклята за празника в никакъв случай не бива да бъде друга освен суперкъса или дълга до земята. Като компенсация за това ограничение дизайнерите са си поиграли с моделите. Късите рокли, макар да разкриват бедрата почти до ръба на скандалното, в никакъв случай не са вулгарни. Точно обратното – кройките им са изключително елегантни, а материите, от които са изработени, са богати и с високо качество.

Дългите рокли са много разнообразни по отношение на модела – с много изчистен силует, с широка долна част, на волани, дори плисирани. Последните се завърнаха на мода през този сезон и са изключително шик и женствени.

Червено и черно

Както е добре известно, черното е класика в жанра. В комбинация с телесен цвят се превръща в абсолютен магнит за погледите на околните. Другият задължителен цвят за празничния сезон е яркочервеното – може би най-сексапилният в модата. Разбира се, вариантите не свършват дотук. В палитрата на актуалните вечерни облекла присъстват също светлосивото, убитото зеленото, синьото и тъмнооранжевото. Бялото е допустимо или в „снежния" си вариант, или със син оттенък.

Връхните дрехи

Излишно е да се напомня, че официалното облекло изисква по-елегантна горна дреха. Подходящ избор са актуалните напоследък пелерини, както и палтата от кожа с косъм.

Добрата новина е, че не е нужно тя да е естествена. На пазара могат да се намерят доста сполучливи имитации, които, разбира се, са и много по-евтини.

Друг вариант за горна дреха са кожените манта, на каквито заложиха от Dior при представянето на есенно-зимната си колекция. Ако тоалетът позволява, е препоръчително мантото да е в ярък цвят.

Обувките

Класическите високи обувки и симпатичните пантофки отстъпиха мястото си на фаворити в празничната мода. Ултра шик вълната при тоалетите изисква по-екстравагантни модели. Такива са ботите до глезена, които могат да бъдат както затворени, така и отворени. Комбинират се перфектно с къса вечерна рокля и могат да се носят с чорапогащи или с чорапи до коляното. За дълга рокля изборът са сандалите на много висок ток, за предпочитане украсени с пера.

Бижута и кожени ръкавици

Дългите обици с кристали, големите пръстени и масивните колиета са фаворитите сред празничните бижута. Колкото до другите допълнения към тоалета, първото място държат късите кожени ръкавици, често украсени с камъни. Веднъж разходени на модния подиум, те бързо напълниха магазините за аксесоари по целия свят.

Дамският смокинг - само за смелите

„Емблематичен" е един от най-често използваните термини в модния жаргон. Употребяван е за какво ли не – от малката черна рокля през фабрично изтъркани-те джинси до дизайнерска чанта, струваща 5-цифрена сума и кръстена на някоя нашумяла старлетка. От всички вечерни облекла, спечелили си това определение в един или друг момент обаче, нито едно не е успяло да надмине славата и притегателната сила на смокинга.

Символ на вечерната елегантност при мъжете в продължение на десетилетия, до не много отдавна той предизвиква неодобрително повдигане на вежди, когато е носен от жени. Дизайнерът, който успява да го наложи като неразделна част от дамската мода, е Ив Сен Лоран. На представянето на зимната му колекция висша мода в Париж през 1966 г. една от манекенките дефилира с безупречно ушит смокинг, комбиниран с пояс и папихонка. Моментът е исторически, защото бележи превръщането на костюма в лайтмотив на цялата по-нататъшна кариера на Ив Сен Лоран.

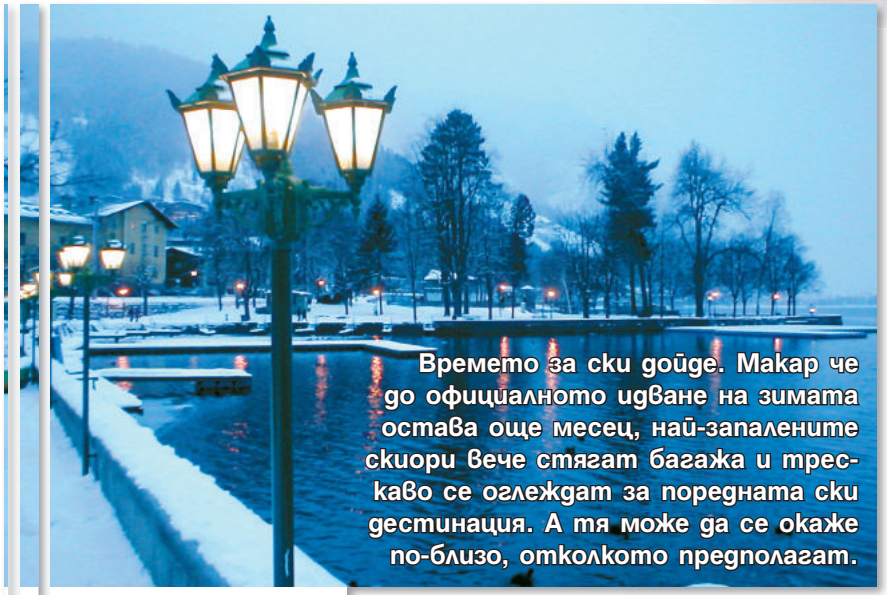
Но макар налагането на смокинга като модна необходимост да е безспорна заслуга на френския дизайнер, той далеч не е този, който пръв дръзва да го направи част от дамския гардероб. 40 години по-рано някои представителки на артистичните среди в Париж и Лондон го носят на официални вечери като символ на бохемския си стил.

Актрисата Марлене Дитрих обаче е тази, която през 30-те години предизвиква всеобщо изумление с навика си да се появява в смокинг както на снимачната площадка, така и извън нея. Именно нейните предизвикателни снимки вдъхновяват Ив Сен Лоран за революционните му колекции 3 десетилетия по-късно. Сравнени с пищните вечерни рокли, представяни от другите тогавашни дизайнери, смокингите на французина изглеждат актуални дори и в контекста на съвременната мода. За времето си обаче те са повече от неприемливи. През 1969 г. популярната американска хайлайф дама Нан Кемпнър, която е сред най-запалените почитателки на Ив Сен Лоран, не е допусната да вечеря в тузарския нюйоркски ресторант „La Cote Basque", защото е облечена в смокинг. Разгневена, тя сваля панталоните си и гордо влиза в заведението само по сако, предизвикателно заявявайки на управителя, че носи минипола.

Политика на недопускане на жени в панталони поддържат и немалко ресторанти в Европа. Напук на критиците си, през 1970 г. Ив Сен Лоран отива още по-далеч и представя булчински смокинг, ушит от бяла вълна и съчетан с шапка с воалетка. На следващата година Бианка Джагър се омъжва именно в този тоалет.

Днес дамският смокинг продължава да се възприема като моден бунт, но в положителния смисъл. Носят го предимно жени с по-екстравагантен стил, превръщайки го в безотказна формула за вечерна елегантност, едновременно строга и дръзка. Присъствието на смокинга в колекциите на водещите модни къщи вече не изненадва никого, затова сам по себе си той няма как да бъде смятан за тенденция. Онова, което представлява предизвикателство за дизайнерите, е идеята за неговото преобразяване. През последните няколко сезона експериментите в тази посока не спират и есен/зима 2011-2012 не е изключение. Нашумелият напоследък дизайнер Хайдер Акерман показа колекция от сатенени смокинги с панталони тип „потури", при моделите на Тиери Мюглер видяхме корсети и латекс, а главният дизайнер на модна къща Yves Saint Laurent Стефано Пилати изненада с осъвременена версия на сватбения костюм на Бианка Джагър. С което доказа, че е съгласен с думите на Ив Сен Лоран, че смокингът е въпрос на стил, а не на мода, защото модните тенденции идват и си отиват, а стилът е вечен.

Цел ам Зее – магия за скиорите



Времето за ски дойде. Макар че до официалното идване на зимата остава още месец, най-запалените скиори вече стягат багажа и трескаво се оглеждат за поредната ски дестинация. А тя може да се окаже по-близо, отколкото предполагат.

Австрийското курортно градче е само на 12 часа път с кола от София и предлага вълшебни забавления

АНТОН АНДОНОВ

Само на 12 часа път с кола от София се намира едно от райските кътчета в Австрия – Цел ам Зее. Зимният сезон тук започва още през октомври. В региона на глетчера Китцщайнхорн на 3029 м надморска височина туристите могат да карат ски, да се спускат с шейни или просто да се разхождат в планината през цялата година. Глетчерът е част от трите ски центъра в региона. Освен Китцщайнхорн любителите на белите спортове могат да избират да се спускат по стръмните склонове на Шмитенхьое и Майскогел, където за тях са изградени 138 км писти, 200 км писти за ски багяне и 50 модерни лифта. Всички те се намират на над 3000 метра надморска височина, но въпреки това според експерти в зимните спортове предлагат еднакво добри условия както за майсторите на ските, така и за начинаещите.

Най-дългата писта тук е 6,2 км, а най-трудното трасе е цели 4 км и се намира в Шмитенхьое. Всъщност градчето Цел ам Зее заедно с намиращия се само на 7 километра от него Капрун са част от европейския спортен регион Цел ам Зее – Капрун (Zell/Kaprun). През зимата между тях се движат безплатни микробуси, които превозват скиорите към различните писти. Дневната карта струва 42 евро, детската – 21 евро. В Цел ам Зее има и писти с бабуни за фрийрайдърите, но не са забравени и сноубордистите, които се радват на фънпарк с изкуствени възвишения и улеи. В малкото планинско градче е построен специален сноуборд парк - Mellow Park, който се

простира на площ от цели 30 000 кв. м. Алпийското градче има и ледена пързалка, но понякога в такава се превръща и езерото, край което то е разположено, след като водите му останат сковани от ледове. Всъщност Целер Зее се счита за

най-чистото езеро в Европа

То е дълго четири и широко два км и има формата на фъстък. Опасано е от асфалтови алеи, стриктно разграфени за велосипедисти и туристи. През лятото, когато температурата на водата е около 21 градуса, в него може да се плува или да се наеме моторна лодка за разходка.

Дори да се плашите от ските, няма как да не се запалите поне да се опитате да се задържите върху тях и да измине-те по снежните писти поне 10-ина метра, а за осъществяването на идеята на разположение са учители за малки и големи от 10 ски училища.

Този регион в Австрия е известен не само с превъзходните си възможности за каране на ски. Уникалното съчетание от австрийска прецизност и любезност са направили възможното на място да се практикуват над 30 вида спорт. По този начин регионът Цел ам Зее – Капрун се е превърнал в истински рай не само за любителите на силните усещания и вледеняващия бузите вятър. Хората идват и докато почиват, играят тенис, скуош, голф, боулинг в Kur-und-Sportzentrum, тренират конна езда или се возят на шейна, гърпана от кон, помпат мускули във фитнесзали, плуват в закрити басейни, релаксират в сауни, а най-екстремните от тях скачат с парашут, летят с парапланери или обичат планинското катерене.

Цел ам Зее се е сгушило между две величествени планински била, на надморска височина 760 м в Австрийските Алпи на западния бряг на езерото Целер Зее. Уникалната природа и разположението на градчето, което се намира на 75 км от Залцбург и на 390 км от австрийската столица Виена, го превръщат в притегателен център за туристи не само от Европа. През зимата в него живеят около 20 000 души, половината от които са приходящи, отседнали в къщи за гости, семейни хотели и няколко големи хотела в региона. Цените за стая с две легла започват от 25 и достигат 300 евро за нощувка.

Историята на Цел ам Зее датира от римско време и за разлика от повечето ски центрове, които се намират във или около малки планински селца, той е

град с вековна история

Градчето пази средновековни статуи, изгинати в църквата St. Hippolyte. Кулата Kastnerturm, която през XII век е била склад за жито, днес пази експонатите на градския фолклорен музей. Градската църква (Pfarrkirche) е другата задължителна спирка от обиколката на града. Тя е запазила римския стил от XI век в съчетание с готическия от XVI век, когато е обособено мястото за певческия хор. Бившият замък Rosenberg навремето е бил резиденция, построена в баварски стил, но днес приютява кметството и художествената галерия на Цел ам Зее.

Гледката към разположените наоколо 30 планински върха, някои от които вечно покрити със сняг, е величествена и впечатляваща. Наблизо е планината Шмитенхохе, в която има много паркове в резервати, а в националния парк Хое Тауерн (Hohe Tauern) от 380 м пада водата на най-големия в Европа водопад – Кримъл.

Най-популярният австрийски зимен курорт е опасан от тесни улички, пълни с многобройни магазини, ресторанти и барове, канещи всеки гост. Предпочитанията нямат значение, защото домакините предлагат средиземноморска и азиатска кухня, планински дивеч или ястие, което да отговаря 100% на желанията на клиента. Всъщност над 50-те ресторанта предлагат различен лукс, но задължително вкусно приготвена храна.

Градът се гордее с обширната си пешеходна зона и тунела Шмитен, който върви 6 км под алпийския курорт и отвежда движението на колите извън центъра на града.

Тук, далеч от шума на моторите, е прекарал последните години от живота си Фердинанд Порше - човекът, който завеща на поколенията изисканата марка спортни автомобили. Днес тялото му почива в двора на дома, в който Порше завършва жизнения си път, а къщата е превърната в музей.

Градът е известен най-вече с

- ✓ **Надморска височина на пистите: от 2000 до 760 м**
- ✓ **Обща дължина на пистите: 138 км**
- ✓ **Писти за начинаещи: 38%**
- ✓ **Писти за средно напреднали: 50%**
- ✓ **Писти за експерти: 12%**
- ✓ **Максимална денивелация: 1190 м**
- ✓ **Най-дълга писта: 6.2 км**
- ✓ **Лифтове: 30 в курорта, 50 в региона**

традиционния си Коледен панаир. Тогава зимните вечери се изпълват с деца, нахлупили дебели вълнени шапки и тичащи покрай изкараните на улицата сергии, от които се лее горещо вино с аромат на канела и джинджифил. Те са отрупани със сладкиши, дърворезби, сувенири, специално изсечени празнични монети, които се превръщат в идеален подарък за приятелите. По традиция панаирът се открива от градоначалника и хорови изпълнения на коледни песни се разнасят над водите на езерото.

Но дори ските да не съвпаднат с тихите и свети нощи около Рождество и суетнята по градските сергии, една разходка из сгушените между старите кръчми и масивните сгради местни магазинчета може да замени магията на празника. В тях може да се намери наистина всичко – от парфюма през дънките до строгите модни тоалети за празника. Също толкова богато е разнообразието и при спортните стоки, а по рафтовете седят последните модели екипировка.

Всеки петък градският площад осъмва със сергии, върху които има отрупани домашно приготвени деликатеси, които се продават по звуците на традиционна музика. Пазарът се разпуска към 2 следобед, а минути по-късно по площада няма и следа от тържището.

Цел ам Зее е подходяща отправна точка за пътувания из района до други ски курорти, като Заалбах, Хинтерглем, Бад Гащайн, Бад Хофгащайн, Вагрейн, Шладминг и Обертауерн. Не са за изпускане и най-голямата ледена пещера на земята, високопланинската панорамна улица Grobglockner Hochalpenstrabe и най-голямата крепост в Европа Hohensalzburg, построена през 1077 г. в града на Моцарт - Залцбург.

В сянката на Моняк

ЮЛИЙ СТОЯНОВ

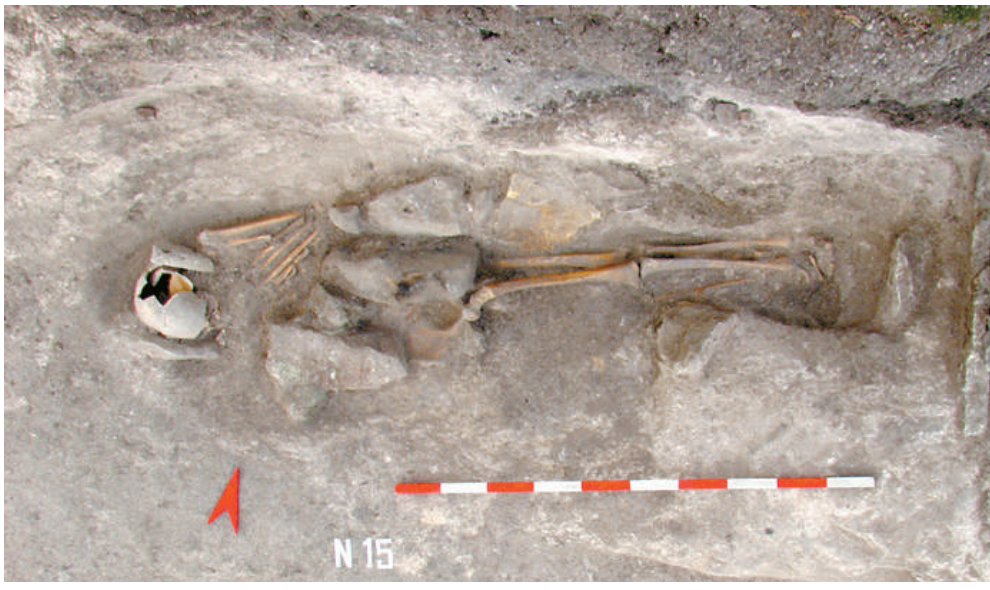
Крепостта пази тайните на рицарски походи и имперска история

Над долината на река Арда на 5 км от регионалния център Кърджали и на 2 км от с. Широко поле се намира крепостта Моняк – една от най-големите средновековни твърдини в Източните Родопи. Склоновете на скалистия връх Шеста крепост, върху който е построено укреплението, са известни сред местните любители на алпинизма и като Момини скали. Освен 70-те маршрута за катерачи и живописни гледки към долината на реката с най-голямото изкуствено езеро в Родопите – язовир „Студен кладенец", посещението в района е възможност да се разгледат останките на крепостта Моняк от времето на кръстоносните походи.

Стари зидове

Стръмните склонове на скалистия връх предоставят естествена защита на укреплението, а в най-достъпната зона е

Гроб на 45-годишен мъж с череп, поставен отделно от тялото



Гроб на млада жена с камъни върху скелета

Ф М.КАМАРЕВ

разположена масивната каменна порта с многоетажна кула до входа. Днес руините на постройката са запазени на височина до 5 м, но местни хора разказват, че само преди няколко десетилетия кулата се е издигала до 7-8 м. Подходът до изградената от ломени камъни и бял хоросан външна крепостна стена и масивната кула е осъществяван по каменно стълбище. Други две кули са построени допълнително около входното пространство. В укрепената площ на север от каменната порта се открива цистерна, докато на скалния венец е разположена цитаделата на крепостта.

Стратегическото местоположение на твърдината и значителната площ на укрепената територия – над 50 декара, превръщат Мнеакос, или Мнияк, както е известна крепостта във византийските и латинските извори през XIII-XIV век, в един от центровете на византийската област – тема Ахридос.

Рицарите на кръста

По време на своя път към Палестина западните рицари от Третия кръстоносен поход (1189-1192) обсаждат укрепения център Manicaua в Източните Rodopi. Сведението може да се отнася към началния етап на фортификациите под върха и разрушенията от стенобитна техника до каменната порта. След преминаването на кръстоносците Мнеакос отново е под византийски контрол, но едно десетилетие по-късно е превзет от рицарите на Четвъртия кръстоносен поход, които настаняват свой гарнизон в Мнияк.

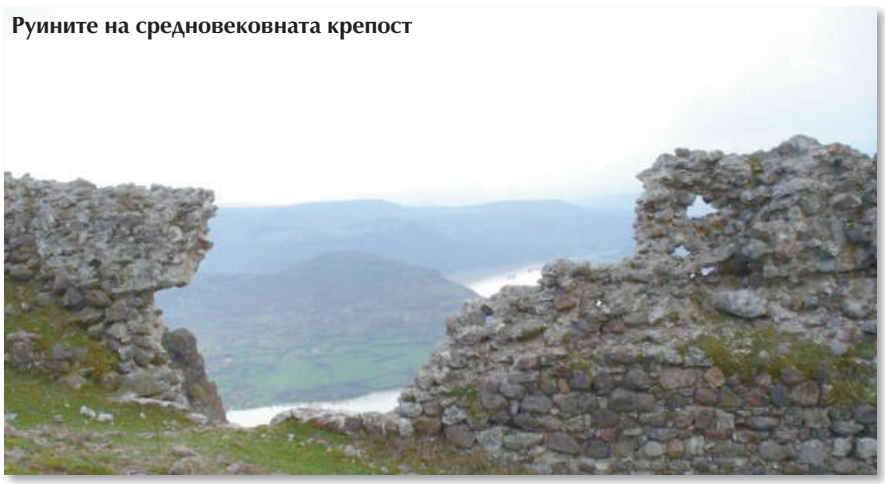
Любопитно е сведението на хрониста на похода Жофроа дьо Вилардуен, че в Мнияк на реката Арт (Арда) през 1206 г. рицарите научават за смъртта на своя император Балдуин. Там провеждат баронски съвет и избират неговия брат Анри за наследник на трона на Латинската империя.

През XIII и XIV век Мнеакос, както и цялата област Ахридос, е гранична територия между Второто българско царство и Византийската империя. Твърдината е резиденция на областните управители на Ахридос, сред които са няколко прочути византийски пълководци.

Мрачното Средновековие

През последните години на 400 м от крепостта в местността

© ЮЛИЙ СТОЯНОВ



Руините на средновековната крепост

Дерментепе са открити и проучени 20 гроба, които поставят допълнителни въпроси за драматичното минало на Моняк и долината на Арда през средните векове. „Според оскъдния гробен инвентар некрополът се датира към XIII-XIV век, което съвпада с периода на най-активно обитаване на крепостта. Отбелязва се погребална практика върху ранните гробове от XII век, характерни с облицовани и покрити с камък гробни съоръжения, да бъдат полагани телата или части от тях на по-късните погребения. Подобна археологическа ситуация се регистрира често в Източните Родопи. В една гробна яма, изсечена в скалата, са извършени последователно, едно над друго, четири погребения. Само в осем от откритите гробове погребаните са в пълен анатомичен ред, докато другите се идентифицират по отделни костни останки. Върху някои от костите ясно личат следи от еднократно сечене с меч или секира, както и следи от изтезания", разказва Милен Камарев, археолог от Историческия музей в Кърджали и ръководител на разкопките.

Опасните мъртви

В три от гробовете е регистриран т. нар. обред за обезвреждане на мъртвия, който представлява полагане на големи камъни в областта на гърдите и краката, отрязване на стъпалата, пробождане с пирони. „Обредът се практикува, когато живите се опасяват, че мъртвите ще се превърнат във вампири (дракуси, лапири) и ще им пакостят. Следите от подобни действия се откриват в гроб № 15 на 18-годишна жена и гроб №13 на 45-годишен индивид от мъжки пол. Интересно е, че на мястото на средновековния некропол местните хора, които са мюсюлмани сунити, са ставали свидетели на явления, които днес науката нарича „паранормални", обяснява археологът.

Традиции и групова идентичност

Има писмени сведения, че в района се преселват малки общности от богомили и павликяни, които след османското завоевание доброволно приемат исляма заради своята неприязън към официалната църква. Най-късните гробове в подножието на скалния връх вероятно се отнасят към края на XIV - началото на XV век, когато крепостта Моняк е изоставена, а за населението около нея липсва информация в писмените извори.

Погребални и постпогребални действия, регистрирани при средновековния некропол в подножието на Моняк, са ясно свидетелство за езически остатъци (реликти) в погребалната обредност през Средновековието, които са частично запазени и до днес.

Засега е трудно да бъде установена ролята на погребаните в некропола при село Скалище в историческите събития, протекли в размирните времена от края на XII - XIV век.

Абонамент

3 месеца 15лв.

6 месеца 30лв.

55лв.
12 месеца

☐ личен
Име и фамилия:

☐ служебен
Име на организацията:
Адрес:
Абонат (име, длъжност)

Идентификационен №

Адрес на абоната
Код Град/село
жк/ ул.№ бл. вх. ПК
За контакти: тел.
факс e-mail

Плащане
☐ В брой на адрес:
София 1124, ул. „Мизия” 23

☐ Чрез пощенски запис
банкова сметка в лева:
„Стандарт нюз” АД
„Райфайзенбанк” АД
IBAN: BG33RZBB91551069041813
BIC: RZBBBGSF

Този талон с копие от платежния документ изпращайте на редакцията или на факс: (02) 81 82 355, и-мейл - info@ neweconomy.bg

ЛУКОЙЛ
А 98Н
А 95Н
SuperDiesel
ГАЗ
24 часа
мини-маркет
ЛУКОЙЛ
ЛУКОЙЛ
SuperDiesel
1

ЛУКОЙЛ

ГОРИВА ОТ ИЗВОРА

www.lukoil.bg

1303 София Бул.Тодор Александров 42, тел.: +359 2/9174 100

Неограничен мобилен Интернет и свободни разговори

VIVACOM Net&Call Super Max

Nokia N8

Смартфонът с най-добра камера

- 12 MP камера
- HD Видео
- Carl Zeiss оптика

14.90 лв./мес.

NOKIA
Connecting People

Месечно 3600 минути в мобилната мрежа на VIVACOM и 90 минути към други мобилни оператори. След изчерпване на първите 5000 MB, скоростта на пренос на данни е ограничена на 128 Kbps. Цената на Nokia N8 е валидна при равни месечни вноски за срок от 24 месеца за лоялни клиенти на VIVACOM с договор от поне 6 месеца, при сключване на нов 2-год. договор с нов номер с план Net&Call Super Max и важи до изчерпване на количествата. Nokia N8, 24 месеца x 14.90 лв. = 357.60 лв., ГПР 8%. Лихвеният процент е фиксиран. Цена при заплащане в брой, необвързана с договора 819.90 лв. Цените са с ДДС. Възможни са ограничения. Повече информация на www.vivacom.bg

www.vivacom.bg

VIVACOM
Всичко, което ни свързва