

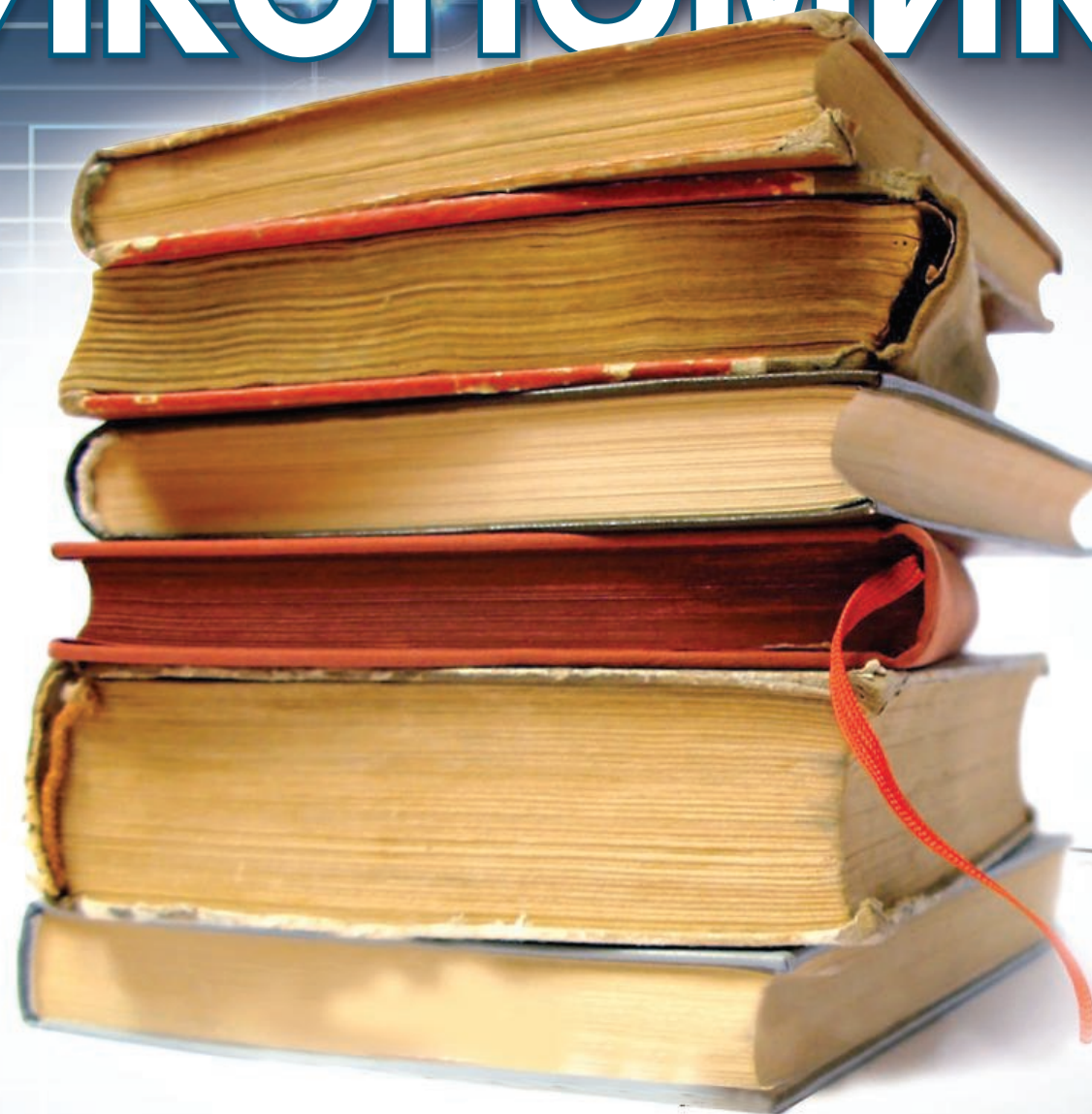


economic.bg
лесен достъп до твоите новини

www.economymagazine.bg

брой 25 / май 2013 г. / цена 5 лв.

ИКОНОМИКА



Училище
на бъдещето

ГОДИНА III

бр. 5 (25)

www.economymagazine.bg

Икономика





BRAND PR

PR • РЕКЛАМА • КОНСУЛТАНТСКА ДЕЙНОСТ

Истинската връзка!

www.brandpr.bg

ИСТАНБУЛ ШОПИНГ ФЕСТ
ЛЕТИ С ТУРСКИ АВИОЛИНИИ
ОТ 8 ДО 30 ЈУНИ



САМО ЗА
175.-ЕВРО*
*С ВКЛУЧЕНИ ЛЕТИШНИ ТАКСИ

EUROPE'S
BEST AIRLINE

**TURKISH
AIRLINES**



Списание „Икономика“
София 1463
бул. „Витоша“ 72
Телефони: (02) 852 9696
(02) 852 9699
e-mail: office @ economymagazine.bg



ИЗДАТЕЛ
„СТАНДАРТ ФИНАНС“ АД

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР
ЮЛИАНА ТОМОВА-ТОДОРОВА

ОПЕРАТИВЕН ДИРЕКТОР
ТАТЯНА ШУНЕВА

ГЛАВЕН РЕДАКТОР
НЕВЕНА МИРЧЕВА

СЧЕТОВОДСТВО
СОФИЯ СТРЕЛКОВА

РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ
ВЕСЕЛИНА КЪРТЕВА
ТЕОДОРА ЧАКЪРОВА
ЮЛИЯНА ВАСИЛЕВА

РЕДАКТОР
ТАТЯНА ЯВАШЕВА

АВТОРИ
АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ
АТАНАС ХРИСТОВ
БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА
ДИМИТЪР ВУЧЕВ
ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ
СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА
СИАНА СЕВОВА

ДИЗАЙН
ЕДУАРД ЛИЛОВ
АНТОН КОВАЧЕВ

КОЛАЖ КОРИЦА
АНТОН КОВАЧЕВ

ПЕЧАТ
АМИАНС ПРИНТ

РАЗПРОСТРАНЕНИЕ
„СТАНДАРТ НЮЗ“ АД



8ТЕМАТА
Училище.БГ

22ТЕНДЕНЦИИ
Златната река пресъхна

28ФИНАНСИ
Островът на съкровищата

32ПОРТФЕЙЛ
Каляска или тиква
Цветан Петринин: Инвестирайте в продукти, които сами разбирате

38НА ФОКУС
Лейди Реформатор



41АНАЛИЗ
Златният балон

44СДЕЛКИ
Румен Радушев: Ипотеките в лева вече са по-изгодни отпреди кризата



46КОНКУРС
Звездни награди



50ПАЗАР
И замирихва на море
54Нели Сандалска: В туризма няма почивен ден

56РЕГИОНИ
Летище до Търново ще съживи цяла Северна България

58ПАРТНЬОРСТВО
11 свободни зони в Македония чакат българския бизнес



62ТРЕНД
Вълшебните хапчета

66ТЕХНОЛОГИИ
Възходът на умните градове



68 НАУКА

Звездното бъдеще на България

72 НОУ-ХАУ

Работилница на промяната

76 МРЕЖАТА

eDesign на бъдещето

80 АВТО

Мисия: Ускорение

82 ТРАНСПОРТ

БДЖ да рециклира вагоните си, преди да купува нови

84 ДИНАСТИИ

Империята Харири

90 МАРКАТА

Храм на лукса

96 ПРИЛОЖНА МАГИЯ

Продавачи на щастие

100 ГАЛЕРИЯ

Невероятната съдба на художника

102 СПЕКТАКЪЛ

Животът е кабаре

106 БЛЯСЪК

Абитуриентска фиеста

108 МОДА

Стъпвай смело!

112 СРЕЩА

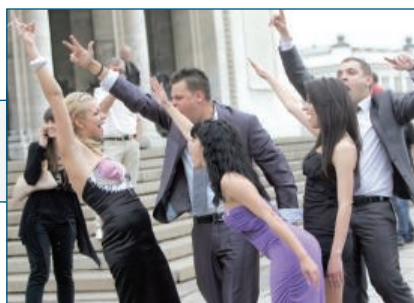
Дългият път на Николай Иванов-ОМ

116 ТОНУС

Ваканция за тялото и духа с ЛъкиФит

118 ПЪТЕШЕСТВИЕ

Сръбската утопия



Тебешир, таблет или.. добър учител?

Ще смени ли таблетът тебешира и само положителни страни ли има навлизането на технологиите в образованието? На тези въпроси се опитва да отговори голямата тема на списанието ни в този брой. За момента като че ли онлайн образованието има повече критици и те не спират да повтарят, че в държавите, които се славят с най-доброто ниво на преподаване, все още ученето става на черната дъска. Особено в началните и средните курсове.

Повечето експерти обаче са категорични, че използването на технологиите може да е двигател на преподаването, стига модерните джаджи да се „напълнят“ с подходящото дигитално учебно съдържание.

Двата „лагера“ са категорични – със или без модерни технологии, добрите учители са тези, от които зависи най-много доброто образование. И друго задължително условие – реформа на образователната система, която все още е на принципа „наизустии-възпроизведи“.

А относно технологиите – те неусетно стават част от живота ни все повече. Днес почти всяко дете има достъп до лаптоп или таблет. Но те са само инструмент, с който да се работи за развиване на мисленето и трупане на познания.

ПРИЯТНО ЧЕТЕНЕ!

НЕВЕНА МИРЧЕВА
главен редактор

Марти Ноймаер разкри тайната на успешната марка

Какви са най-ефективните стъпки за изграждане на успешен бранд разкри пред българска публика голямото име в брандинга Марти Ноймаер. Сп. „Икономика“ беше сред медиите партньори на еднодневния практически семинар на тема „Как да изградим успешна марка: Стратегия и творчество“, по време на който български маркетингови специалисти имаха шанса да почерпят опит от човека, който вече 20 години участва в изграждане на брандове. Според маркетинговия гуру големите и

малките компании трябва да имат различни брандинг стратегии. Малките трябва да са различни, защото само така могат да печелят, но с разрастване на бизнеса има вероятност те да изгубят част от идентичността си. Съветът на Ноймаер е да не се губи идентичност, като в същото време фирмите трябва да са целенасочени в изграждането и налагането на търговските марки. Тайната на успешните компании е, че те не се опитват да направят всичко, а едно нещо, но да го направят наистина добре, заключи той.



Надпревара за наградите „Джон Атанасов“

Започна 11-ото издание на конкурса за наградите на президента на републиката „Джон Атанасов“, насочен към млади учени с постижения в областта на информационните и комуникационните технологии. Тази година сръжваният глава ще връчи отличия „Джон Атанасов“ в три категории: награда за перспективен млад изследовател в областта на информационните и комуникационните технологии, грамоти за прилагане на научни постижения в практиката и за проекти с висока обществена значимост и грамоти за ученици и техните преподаватели.

Документи за участие в конкурса се приемат на електронен адрес: nagradajohnatanasoff@president.bg, а правилата за всяка една от категориите са публикувани на официалната страница на президента на Република България.

Крайният срок за кандидатстване е 4 август 2013 г., а допълнителна информация може да се получи на тел. 02/92 39 106, както и на e-mail: nagradajohnatanasoff@president.bg.



Отличиха най-добрите PR агенции

За четвърти път Българската асоциация на PR агенциите раздаде наградите BAPRA Bright Awards. Агенция на годината стана All Channels Communication Group, която спечели и в друга категория - „Комуникационна кампания на годината“ за Kamenitza refresher. В „Кампания за устойчиво развитие“ бе отличена „Алкохолът е лош шофьор“ на APRA Porter Novelli. Призът за специално събитие грабна „Живей активно!“ на същата агенция. За „Иновативна кампания“ бе отличена „10 години „От любов към живота“ в България“ на Сайт Медия ЕООД. Българската национална телевизия получи отличие за кампания, реализирана от вътрешен PR отдел за „Спри, детето запази!“. За „Комуникационна кампания в публичния сектор“ призът грабна „Никога не е късно за ново начало“ на APRA Porter Novelli.



Наградените празнуват отличията си след церемонията на BAPRA Bright Awards

cacharel

Spring - Summer 2013

PARADISE CENTER

бул. "Черни връх" 100, София



www.cacharel.bg

Технологиите, макар и бавно, навлизат в образованието, но добрият учител остава незаменим

Училище. БГ

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

В бъдещето няма да има училище. Образованието може да се придобива по дистанционна

система. Всички дейности, извършвани в клас, може да стават и онлайн, щом отсега

учителите ни съветват да търсим материали из глобалната мрежа и изискват да правим

домашните си като презентации на PowerPoint. Предполагам, че за да може училищата да продължат да работят, ще трябва да се осигури персонален компютър за всеки ученик. Това е голям финансов проблем за просветното министерство в тези времена на световна икономическа криза, пише ученичка от Русе.

Мултимедийните технологии ще изместят учебниците на хартиен носител. Класните стаи ще се променят и ще бъдат снабдени с множество сензорни екрани, от които децата ще учат, прогнозира британски образователни експерти. Докато носят тежките раници, учениците в България също мечтаят да гоюде времето, когато електронната



Технологиите влизат в класната стая

книга ще облекчи товара и компютърът ще стане пръв помощник в обучението. Далеч или близо е това време и само липсата на компютър за всяко дете ли е причината технологичната революция да се отлага, е въпросът, на който търсим отговор.

На скорост

Светът става все по-технологичен. Затова образованието трябва да се обърне към технологиите и да внедри повече новости в обучението, е едната гледна точка. Другата е, че образованието е система, която чрез консерватизъм се стреми да съхрани своите достижения, за да гарантира, че качеството на преподаване утре няма да е по-лошо от днес. Но не липсват и такива мнения: „Ако учениците имат компютър на разположение, те постоянно ще играят“, „Дайте свобода на образованието и учениците ще спрат да учат“. Всъщност технологиите са само част от видимата страна на айсберга в българското образование, в което позитивните промени стават бавно. Критиките са много, но с днешна дата няма яснота какви точно са обществените изисквания към образованието в България. Новите технологии дават възможности, но те не решават проблема за знанието и професионалната квалификация у

нас в началото на XXI век. В този материал насочваме поглед именно към технологиите.

Бързо или бавно

Информационните технологии подпомагат процеса на комуникация и голяма част от нея вече тече безхартиено. От тази гледна точка образованието до голяма степен вече е дигитализирано, но по-скоро на ниво общуване и предаване на информация. Проблемът не е в това, че технологиите не са навлезли, а че няма единно решение за тяхното използване и липсва добър информационен архив. Технологиите се отразяват и на целия учебен процес, но повечето неща са на стихийно ниво и не са структурирани, твърди Александър Ангелов, мениджър бизнес развитие в „Сирма Медия“ АД. Според него темпото, с което модерните възможности навлизат в личния свят на всеки, е далеч по-бързо от скоростта, с която те стават част от неговото професионално всекидневие. Електронната поща превзе първо личната комуникация, години по-късно тя стана неразделна част и от служебната кореспонденция. Прегръщаните и по-мудната колективна реакция пречат технологичният напредък да навлиза безпрепятствено. Факт е, че в образованието технологиите бавно си проправят път, но в

това отношение в Европа не сме на гръното. Спорно е дали дигитализацията ще направи образованието по-добро, тъй като няма съмнение, че технологиите са само инструмент. Във Финландия, която е лидер в образованието, в класната стая все още се пише с тебешир върху черни дъски, напомня Александър Ангелов.

Тежките чанти затрудняват учениците и онези, които вече ползват електронни книги, биха могли да качат в тях електронни учебници, стига да има такова предложение. Следващата стъпка са видеоуроците. Вероятно скоро ще се препоръчва ползването на платформи като „Уча се“ и Khan Academy. „Учениците ще се готвят чрез тях, вместо учителят да се върти като грамофонна плоча в часа, децата ще работят самостоятелно въкъщи, с по-голяма лекота ще правят проекти и ще участват в различни игри. Видеоуроците ще променят ролята на учителя и от лектор той ще стане ментор. Неговата роля ще е да напътства децата, да ги съветва и да развива техните качества. Тогава той ще се ползва и с по-голямо уважение“, е мнението на Дарин Маждаров, съзателят на платформата „Уча се“.

Американски модел

Дигитализацията или цифровизацията (digital на английски означава



Дарин Маджаров (вдясно) събра екип и само за един уикенд играта „Матемания“ беше разработена

цифров) навлиза с бурни темпове във висшето образование в САЩ и с твърде плаха стъпка в началното и в средното училище. Има много курсове, които се предлагат онлайн, и дори се получава валиден сертификат за това. Репутацията на тези курсове обаче все още е ниска. „Преподавателите приемат с насмешка въпроса защо да се ходи в университета, след като целия този материал го има онлайн“, разказва Даниел Чолаков, който работи и учи зад океана. Личното взаимодействие с учителя не може да бъде заменено от никаква електронна система. В повечето училища в САЩ, особено в богатите региони, има компютри и таблети за всеки, учениците разполагат с лични лаптопи, полз-

ват ги в образователния процес, но все още употребата им не е пълноценна. Както навсякъде по света образованието е настроено консервативно, учителите имат конкретен материал, който да преподават, и ако даден инструмент не ги улеснява, те предпочитат методите, с които са свикнали, обяснява Чолаков. Той заминал за Америка преди десетина години, завършил там колеж и останал. Запалил се по идеята видеоуроците на Khan Academy да имат повече преводи на български, за да са достъпни.

Новатор

Salman Khan основал Khan Academy преди 6-7 години, след



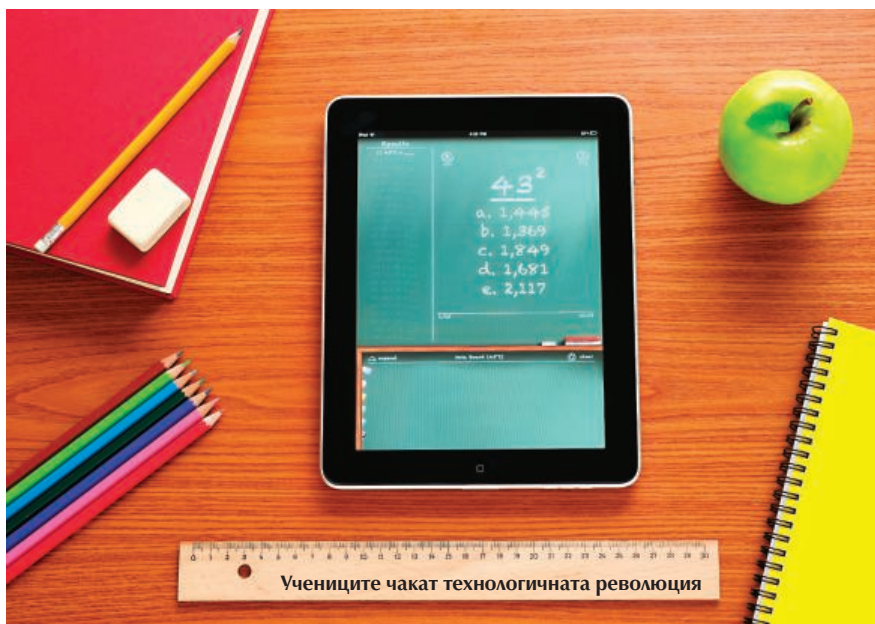
Играта е ефективен метод за учене, твърдят създателите на „Матемания“

като първоначално записвал клипове за своята братовчедка с цел да ѝ помага по математика. Не след дълго големи компании проявяват интерес към този метод на обучение и започват да го спонсорират. Постепенно „Гугъл“, „Майкрософт“ и други стават основни донори на средства. Преводите на клиповете за България се правят на доброволни начала. „Търсим ентузиастични, на които предлагаме много интересна работа, но без заплащане“, уточняват от българския екип. В системата на Khan Academy са над 4 хил. клипа, но те са насочени към американската образователна система, най-голямата част от тях са по математика, компютърни науки, биология. „За нас видеоуроците са само част от подхода. Учителят трябва да създаде курс и по неговата „пътна карта“ детето да мине през различни видеоклипове и упражнения. Без преподавателите нямаме шанс за успех. Ако те не се включат, работата ни до голяма степен се обезсмисля. Има около 15 хил. класни стаи по цял свят, които използват тази система. Няколко десетки учители я прилагат в България, но на английски - това е по-скоро експеримент, отколкото практика. Има над 70 клипа, преведени симултанно, и няколкостотин са със субтитри. Повечето преподаватели ги дават на децата като извънкласна работа. Получаваме обратна връзка от родители, които са доволни от материала, има и такива, които дават идеи как да го подобрим“, казва още Даниел Чолаков.

Образованието е номер едно

„Дълги години се чудих защо в България нещата вървят трудно, защо бизнесът не се развива и защо хората са толкова бедни. Когато става дума за икономика в дългосрочен план, знае се, че първо трябва да се помисли за инвестиции в образованието. Когато започнах работа, помагах на своя колеж с по няколко долара, тъй като там тази практика е

популярна. Преди две-три години реших, че колежът ще се справи и без моята подкрепа, докато българското образование има остра нужда от помощ. Отне ми време да преценя как бих могъл да съм полезен”, споделя Даниел Чолаков. Сега ролята на всички, готови да помагат за адаптацията на Khan Academy, е първо да се установи контакт с учителите, да се привлекат по-ентузиазирани от тях и да се намери най-доброто приложение на тази платформа. Учителите са ключът към ефективното образование. Ако те представят материала интересно, няма значение какво има в учебника и какво може да се ползва онлайн. Добрият учител ще намери най-подходящите материали и ще създаде повече стойност за учениците. Учителят е в центъра на образователната система и това не трябва да се променя. В гържавите, в които образованието е на високо ниво – Индонезия,



Учениците чакат технологичната революция

Южна Корея, Финландия и другите северни страни, някои части от Китай, подборът на учителите започва първо от конкуренцията между кандидатите за тази професия. Поставени са високи изисквания към преподавателите, заплатите са привлекателни, има свобода в класната стая, те не са задължени да следват мате-

риала, сочат проучванията на Даниел Чолаков.

Мотивацията е най-важна

В България най-важна е мотивацията на учителите и не става дума за елитните гимназии и училища, а за преподавателите в



МИНИСТЕРСТВО
НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО И ХРАНИТЕ
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Популяризиране на горските мерки 122, 223 и 226 от Програмата за развитие на селските райони 2007-2013

Провеждане на тематични информационни семинари в 19 населени места в страната

- Възможности за финансиране по мярка 122 „Подобряване на икономическата стойност на горите”
- Основни проблеми и често допускани грешки при кандидатстване и насоки за избягването им
- Добри практики по мерки 223 „Първоначално залесяване на неземеделски земи” и 226 „Възстановяване на горския потенциал и въвеждане на превантивни дейности”

Март - Юни
2013 г.

Пълна информация за горските мерки можете да откриете на:
www.mzh.government.bg www.psr.government.bg www.dfz.bg

по-малките населени места. Там е най-големият проблем, защото там най-малко се инвестира. Големите гимназии се справят прилично и това се потвърждава от приема на техни възпитаници в западните университети. Въпросът не е дали дигиталните технологии да навлязат, а как първо да се осигурят добре подготвени и мотивирани учители, които да разполагат с подходящите инструменти. В българското училище компютрите все още се свързват с кабинетите по информационни технологии, но няма подтик учители и ученици да се преборят за мястото си пред компютъра извън тези часове и той да стане инструмент, без който не могат.

Платформата „Уча се“

Подобна на Salman Khan е историята на Дарин Магжаров, който създаде платформата „Уча се“, през миналата година получи финансиране от LAUNCHub и под опеката на фонда напредва бързо. Но ентусиазмът му не свършва с видеоуроците. На StartUp уикенд през април т.г. той сформира екип, с който разработи играта „Матемания“, която цели да направи математиката изключително забавна (<http://www.mathmania.org>). Може да се играе от всеки смартфон.

Предимството на платформата с видеоуроци „Уча се“ е в това, че Дарин Магжаров е започнал от нулата и я развива съобразно изискванията на българското образование. „Една част от училищата имат техника и я използват. Те гледат видеоуроци, после ги обсъждат. Но повечето училища не разполагат с техника и колкото и дигитални възможности да се предлагат за образованието, няма да има ефект. Следователно, важно изискване, за да се премине на по-високо ниво, е наличието на



техника. В Турция в момента върви голям проект, по който училищата получават таблети. България също има нужда за целите на образованието да навлязат модерни устройства и апаратура. Но има ли техника, трябва да го има и дигиталното съдържание. В момента то е оскъдно”, твърди Дарин Магжаров. „Уча се“ опитва донякъде да запълва тази ниша, адаптациите на Khan Academy също са полезни.

С премерена крачка

Важна стъпка от хартия към дигитализация е преминаването от хартиени към електронни учебници. Следващ етап са видеоуроците: „Има госта случая, в които изоставащи ученици търсят съдействие от „Уча се“, те започват да гледат видеоуроците, да изпълняват указанията и после пишат благодарствени писма до екипа на платформата. Системата не е само за индивидуално ползване, тя може да влезе в класната стая чрез съдействието на учители, които приемат новите технологии. Има случаи родителите да попаднат на сайта и да го препоръчат на своите деца, за да имат напредък в училище”, разказва основателят на „Уча се“. Неговият опит сочи, че дигитализацията върви бавно, дори само защото направата на един видеоурок отнема време и изисква определени умения. Нужни са специфични качества и не всеки може да се включи в процеса. Същевре-

менно това коства немалко средства и малцина виждат възвръщаемост в такъв проект. Амбицията на „Уча се“ е след около година близо 90% от уроците да са качени онлайн на сайта.

Дарин Магжаров опитва

да привлече

най-добрите учители, които да рецензират направеното дотук и да дават препоръки. Цел на „Уча се“ е да се стандартизира и да стане интегрална част от българското образование. Чрез подобна стартър платформа може да се експериментира и да се направи най-доброто, държавата няма гъвкавост и не може да поеме такъв голям риск.

Огледало

Дарин е завършил университет в Холандия, там били 1000 души от 92 нации, учили при различни образователни системи. Българите и румънците били най-добрите в инженерните специалности. Това е заради отличната подготовка, която са получили в училище. Проблемът е, че в нашите две източноевропейски страни има ученици, които са „висока топка“, те печелят медали по световните олимпиади, но масата се представя слабо, сочат сравненията. Образованието е огледало на семейните ценности и на финансовите възможности, а също и на грижите, които държавата полага.

Стратегия

Дигитализацията е световен хит в момента. САЩ вървят с най-уверена крачка напред и във всички университети онлайн форматът, който дублира учебната програма, е твърде популярен. Във вузовете у нас цифровите методи по-бавно си проправят път. В САЩ отделят много средства за изследвания, в България няма такива финансови

ресурси, затова може да наблюдаваме случващото се в западното образование и с премерена крачка да го въвеждаме, твърди Магжаров. Според него голям проблем у нас е, че парите за образование са малко, под същия знаменател са и средствата, които всеки е готов да плати, за да има по-висок ценз.

„Уча се” е в крак с най-новите тенденции в света. Вероятно след 10-15 години този вид обучение ще е нещо добре познато и работещо. Училището като физически обект е ценно и онлайн възможностите не бива да го изместят. То е незаменимо като взаимодействие между ученици и учители, учи на работа в екип, на състезателност, развива комуникативни умения.

Ученето е забавно

Над 3 млрд. часа седмично хората по Земята прекарват ангажирани във видеоигри. Играещият чо-

век в стремежа да спечели е силно концентриран. Това е вариант ученето да стане по-забавно. Следователно трябва да се ползват и игровите методи, тъй като това дава най-добър резултат. Игрите и мобилните приложения са начин ученето да стане още по-забавно, което ще качи ефективността.

Клише е, че образованието е нещо твърде сериозно, а играта само му пречи, тъй като тя отклонява вниманието на децата. По-скоро обратното. Ползват ли се игрови методи, ученето въвлеча, предизвиква по-силен интерес и резултатът не закъснява.

На студентската скамейка

Катедра „Информационни технологии и комуникации” в УНСС се стреми да е в крак със световните тенденции. Въвеждат се онлайн обучения, сайтът на катедрата

непрекъснато се развива и на него всеки преподавател има собствен блог, чрез който да комуникира със студентите, а имейлът е надеждна връзка. Преподавателите и студентите в последните години държат материалите, които получават, да са в електронен вид.

Възможностите, които технологиите дават, се ползват за контрол на знанията и напредъка на студентите, разказва Наталия Футекова, асистент в катедрата и управител на българската компания за разработка на бизнес софтуер ERP.BG (И Ар Пи България ООД). Като преподавател тя държи и на тестовите системи, но и на презентациите. Преди 3-4 години установила, че в четвърти курс има студенти, които не се справят с презентацията на своите курсови работи. И тъй като това умение ще им е необходимо в бъдещата работа, въвели и тази форма в обучението. Катедрата се стреми максимално да даде практически опит на своите студенти. Без практика няма как да се получи наистина добро образование.

ERP, или как абревиатурата става практика

Преди три години в катедра „Информационни технологии и комуникации” на УНСС тръгна инициативата „Бизнесът и образованието”. Преподавателите по специалните предмети решават да покажат на студентите реални ERP (Enterprise Resource Planning) системи. Те възникват през 60-те години на миналия век в Америка като теория за управление на бизнеса. Впоследствие се развиват чрез софтуер, в тях има вграден бизнес модел и най-добри практики. Преподавателите по специалност „Бизнес информатика” в УНСС преценяват, че ще е най-полезно да канят външни компании, които да представят своите разработки. От една страна, бизнесът показва как работят неговите технологични решения, от друга, представят своите компании, от трета, в срещата със студентите виждат интереса на младите



Наталия Футекова е преподавател в УНСС и е управител на ERP.BG

хора, нагласите им и могат да отговарят на всички техни въпроси. Плюсът за студентите е, че те имат възможност да се запознаят с голям брой ERP системи, а освен всичко това им помага да се ориентират къде да търсят работа. От първия курс, преминал цялото това обучение, голяма част от випуска отишли в ERP бранша, другата част се насочили към IT сектора.

„Преподавам това, което работя. В бизнеса с ERP системите съм повече от 10 години. За мен е лесно да ги представя на студентите, а за тях е полезно да ги видят как работят. Вече не може да се преподава само теория без никаква практика”, уверява Наталия Футекова.

Бизнес и университет

Инициативата „Бизнес и университет” в УНСС дава изключителна възможност за студентите - успоредно с теоретичната подготовка те придобиват и сериозни практически знания, докосвайки се до реалностите на съвременния бизнес. ERP.BG за трета поредна година не пропуска възможността на отворените врати на УНСС за бизнеса. Студентите се запознаха със системата EnterpriseOne, разработена от българската компания, и имаха досег до най-новите технологии в сферата на бизнес софтуера, включително интеграцията на ERP със системите за обединени комуникации в компанията, вградените в системата Business Intelligence функционалности, възможностите за достъп до корпоративните данни през мобилни устройства и за управление на ERP системата през тъчскрийн интерфейс.

Да се покаже как функционират ERP системите, отнема много време. В бакалавърската програма се набляга повече на теорията и общото опознаване на тези системи, а по време на магистратурата практическата насоченост е много голяма и студентите имат възможност да работят с реални



Екипът на ERP.BG обучава студенти в рамките на традиционното си партньорство с българските университети

системи, за да се научат как да боравят с тях.

Спънки

ERP.BG има инициатива за работа с университети и профилирани икономически гимназии. Влизат в контакт с две средни училища, за да им предоставят ERP система, да разработят курс за преподавателите, за да може те свободно да работят с нея и да обучават учениците. Оказва се, че да дариш софтуер е много трудно, тъй като трябва да се плати ДДС върху дарението. Това спъва компанията да помагат на образованието. Другият проблем е, че за да може системата да работи, е нужен специален хардуер, т. е. компютри и сървър. В училищата има компютри, но не и сървър. Излиза, че освен софтуера, трябва да им подарят и сървър. Третият проблем е обучението на учителите и липсата на време. Затова отлагат реализацията на тази идея за по-добри времена.

Възможности

Реалистичният вариант на този етап е да направят теоретична лекция в няколко училища, в които да запознаят учениците с ERP системите, без обаче да има възможност да се учат да работят с тях. В университетите тази задача е много по-лесна, тъй като те са доста по-добре оборудвани и разполагат с компютърни зали със

сървъри. Има цели IT отдели, които се занимават с поддръжката на компютърните системи във Вуза. Бизнесът търси ERP системите, в последните години те станаха много популярни, а и достъпни дори за малкия и средния бизнес. Всяка софтуерна компания предлага такова решение. Има и постинг вариант и на фирмите не им се налага да купуват сървъри и техника, те ги ползват под наем, като плащат за капацитет, какъвто им е нужен. Дори един малък магазин може да си вземе под наем такава система, разходът месечно е малък и използването на системата спира с прекратяване на абонамента.

В ERP.BG разкриват стажантски места, като идеята не е младежите три-четири месеца да поработят при тях, а да станат част от екипа, ако покажат качества. Вече четирима студенти са асоциирани в компанията по този начин. И така стажантската програма постига успех. Най-добрите студенти от университета отиват в чужбина, а целта на Наталия Футекова е да се намери притегателна сила те да остават в България. Възможности за работа има, стига младите своевременно да се ориентират с какво биха желали да се заемат.

Заедно е по-добре

„Подпомагаме инициативата „Заедно в час” и им съдействаме да са оборудвани с таблети и интернет, за да може в определени



ВУЗ-овете са отворени за онлайн революцията

склонни да предлагат оптимални цени за учебните заведения. Техническият университет в София, както и групи вузове, са направили свои технически академии, в които представители на някои от технологичните компании помагат на студентите да усвояват нови технологии, свързани с тяхната сфера на дейност. Практическите познания са важна част от обучението, още повече че технологиите се развиват много бързо. „Министерството на образованието трябва да даде повече свобода на училищата, но също така да им осигури и повече средства, за да може да направят технологичната крачка. На този етап таблетите дават повече мобилност. Като телеком не можем да постигнем значим успех за повишаване на качеството на образованието сами. По-скоро заедно с групите технологични компании трябва да помислим как да допринесем за създаването и популяризирането на иновативни образователни

часове да ползват новите технологии в рамките на учебната програма. Това са първи стъпки”, разказва Симона Чаръкчиева, съветник по корпоративна социална отговорност във „Виваком”.

В много училища мобилният оператор поддържа безплатен интернет и прави дарения на компютри. Извън столицата проблемът

с техниката е далеч по-сериозен, тъй като на училищата в София се обръща по-голямо внимание.

Мобилните компании правят жестове към образователните институции, но въпросът е как нуждите на образованието и възможностите на бизнеса да се срещнат и взаимно да са си полезни. Мобилните оператори са



МИНИСТЕРСТВО
НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО И ХРАНИТЕ
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Популяризиране на горските мерки 122, 223 и 226 от Програмата за развитие на селските райони 2007-2013

Мярка 122 „Подобряване на икономическата стойност на горите” от Програмата за развитие на селските райони дава възможност чрез лесовъдски методи да се постигне повишаване на стойността на недържавните гори.

По мярката се подпомагат проекти, които допринасят за:

- 1. подобряване на сечите за семенно възобновяване на горите, както и продължаване на осветленията за създаване на високостъблени гори;
- 2. подобряване на качеството и количеството на дървесината чрез провеждане на подходящи лесовъдски дейности (отгледни сечи и кастрене);
- 3. подпомагане модернизацията на специализираното оборудване за лесовъдски дейности.

Пълна информация за горските мерки можете да откриете на:
www.mzh.government.bg www.prsr.government.bg www.dfz.bg



Интерактивната лаборатория на „Сирма Медия“ помага на учениците да се докоснат до истинската наука



За тийнейджърите технологиите вече са начин на живот



програми и за цялостната еволюция на образователната система”, посочва Симона Чаръкчиева. Не всеки родител може да купи смартфон и таблет на детето си, но цените им стават все по-достъпни и подрастващите ги ползват все по-активно и все по-умело. Време е образованието да се адаптира към новите технологии и те да станат достъпни така, че учителите да започнат да ги ползват като улеснение в своята работа.

Хоризонт на технологиите

Браншови организации в технологичната индустрия заедно с представители на водещите български университети, а също на Министерството на образованието, младежта и науката, БАН и други организации през март станаха инициатор на създаването на Национален съвет за образователна реформа и икономика на знанието. Целта е да се ускорят процесите по реформиране на образователната система с акценти върху значителното подобряване на общото качество на образование за всички деца и върху сферата на ИКТ. През последните години секторът изпитва все по-остра липса на качествени кадри, която се отразява пряко върху бизнеса. Софтуерният бранш расте десет пъти по-бързо от нарастването на националния продукт, той е експортно ориентиран и се съревновава на световно ниво. Секторът търси диалог с всички представители на образователната общност, защото икономиката на знанието не се създава само в софтуерния сектор. От технологичните компании са на мнение, че за да се създаде проспериращо общество, първо трябва да развием икономика с висока добавена стойност.

Хоризонтът за планиране на промените в образователната система не е от днес за утре. Трябва да си представим какви ще са потребностите на обществото и на икономиката за 25 или 50 години напред, какви ще са технологичните и финансовите възможности, за да се заемем с адекватни промени още сега.

M

MINKOV BROTHERS TRADITION SINCE 1875



На 10-15 км западно от Карнобат, по пътя Бургас – София, на хълм, обграден с великолепно лозя, кокетно се издига винарска изба „Братя Минкови“. Разположена на мястото, където са се отглеждали най-старите и най-хубавите лозя в Карнобатския край, избата възражда славата на прочутите винари братя Минкови. В края на 19 в. те донесли на страната ни най-престижното за онова време международно отличие от виненото изложение в Брюксел.

Търсейки баланс между традиции и съвременни технологии във винопроизводството, съчетахме 135-годишен опит, благодатни почви, подходящ климат и винарска страст, и продължихме пътя, завещан от братя Минкови.

Век и половина по-късно винарска изба „БРАТЯ МИНКОВИ“ бе възстановена и отново носи на страната ни най-престижните отличия от европейски форуми в Брюксел, Лондон, Берлин и Париж. Пътят на братя Минкови не спира до тук. Вдъхновени от сегивността на времето нашите енолози, създадоха червено купажно вино в стил Бордо, отлежавало 20 месеца в бъчви от френски дъб. Нарекохме го ОАК TREE, защото векове наред дъбът олицетворява силата на традициите, устояли на времето и стремежа към съвършенство.



Брюксел 1894 Г.
Bruxelles 1894



Плойдив 1892 Г.
Philadelphia 1892

Season of MEMORIES е серия десертни вина, направени от ароматни сортове грозде. Създадени за специални моменти, те очароват с благоухание, мека сладост и завладяващ вкус.



История, традиция, новаторски дух! Това са вината MINKOV BROTHERS. Те са технологични вина, направени от класически сортове и ферментирани в дъбови бъчви. Техният потенциал да отлежават в бутилка, ги прави предпочитани от колекционерите.

Издържани в духа на очарователната ретро-класика, вината CYCLE препращат към спомените от младостта и безгрижието. Впечатляват с атрактивни сортове, свеж характер и собствена идентичност. Насочени са към хора млади по дух, с усещане за стил и вкус към откривателството.



ТЕХНОЛОГИИТЕ



Явор Джонев е двигател на усилията на БАСКОМ да иницират реформа в образованието

може лесно да се наблюдава в часовете по информационни технологии в училищата. Българското образование все още е ориентирано основно към запаметяване на определена информация и нейното възпроизвеждане. Тази ориентация е в пряко противоречие със съвременната реалност на световна информационна свързаност и наличие на огромно количество и качество информация навсякъде при поискване. Следователно, преди да се притесняваме за технологичното ниво на образованието, трябва да сме изключително загрижени за технологията на самото преподаване.

Опасно е да поставим техниката пред педагогиката и ценностите на самата образователна система

- Господин Джонев, как преценявате технологичното ниво на образованието у нас?

- Очакването, че използването на повече технологии в образованието автоматично ще подобри качеството му, е заблуждение. Некачественият учебник или некачествената педагогика няма как да станат по-добри, когато се прехвърлят в електронен формат. Българското

образование има нужда преди всичко от фундаментална промяна на ценностите, нагласите и целите си, както и от цялостно преосмисляне на педагогическите принципи и практики. Технологиите са инструмент. Както всеки инструмент, те могат да бъдат използвани и за добро, и за лошо. Без педагогическо осмисляне прилагането на технологии е по-скоро загуба на време. Това

- Как обаче да направим образованието, което използва повече технологии, мисия възможна?

- Действително е необходимо всички деца след 5 клас (преди това е по-скоро противопоказно) да имат достъп не само до компютър, но до качествено образователно съдържание. Инфраструктурната задача – осигуряване на компютри и интернет за всяко дете - е напълно решима само за година-

Задачи

Качествено образование за всяко дете

- 1 Осъществяване на задълбочен обществен диалог за определяне на целите и изискванията за образователната ни система през XXI в.
- 2 Пълна и адекватна информация за системата – прозрачност и достъпност
- 3 Ясни и измерими цели
- 4 Адекватно финансиране, съобразено с целите
- 5 Качество на учителите като професионалисти
- 6 Автономни, учещи се училищни общности
- 7 Планиране и начало на фундаментална образователна реформа за реструктуриране на системата



председател на Института за прогресивно образование:

СА САМО ИНСТРУМЕНТ

две. Проблемът е другаде. Липсва качествено съдържание. Държавата не е инвестирала в осигуряване на смислено многообразно културно-образователно съдържание за българските деца. Къде са електронните библиотеки с най-добрите български и световни книги, постановки, филми, песни, музика – достъпни до всички? Къде са историческите извори - оригинали, а не идеологизирани интерпретации от трета и четвърта ръка? Къде са базите със световно културно наследство? Къде са енциклопедиите за световното биологично разнообразие? Къде са библиотеките с най-добрите учебници и изследвания?... Като се замислим, че цената на всички тези богатства, достъпни за всички деца, не е повече от покупката и експлоатацията на един самолет, трябва да се стреснем. Излиза, че образованието не е и не е било приоритет на нито едно българско правителство от десеткни години насам. Защо тогава се чудим, че се увеличават разделенията в обществото ни? Защо се маем, че икономиката ни има толкова ниска добавена стойност? Защо?!

- Споделете основни моменти от вижданията ви за позитивна промяна на българското образование в най-близко бъдеще?

- Българско образователна система трябва да се промени структурно, за да осигури условия за успешно и устойчиво развитие на обществото ни през XXI век в културно, социално и икономическо отношение. За осъществяване на фундаментална структурна реформа са необходими поне 8 години. Решаването на единични проблеми и подобряването на елементите на съществуващата система (какви-то опити се правят със старото „ново“ предложение за закон за училищното образование) не води до съществена промяна. Разбира се, дори при дългосрочен план за реформа осезаеми подобрения може да се постигат всяка година. Наскоро участвах в съставяне на Харта за добро управление на България от експерти в най-различни области. В нея очертахме задачите и мерките

в сферата на образованието през следващия правителствен мандат.

- Кои са най-сериозните проблеми на българското образование в момента?

- Основният проблем на българската образователна система е на ценностно ниво. Ние не вярваме, че е възможно всяко дете (наистина всяко!) да постигне висока образованост. Не вярваме, че сме длъжни да осигурим това на всяко дете. Не вярваме, че качествата на всеки може да се развиват в грижовна педагогическа среда. Не вярваме, че сътрудничеството и ненасилството водят до по-добри образователни резултати. Не вярваме, че учителите и училищата като цяло биха постигали много повече, ако не бъдат стриктно контролирани, оценявани и ограничавани. За щастие, в България започват да се

Мерки в рамките на следващия правителствен мандат

- 1** Координационен механизъм МОМН-МТСП-МВР-МЗ за пълно обхващане на децата
- 2** Определяне и измерване на балансиран показател/индикатори за цели, изисквания и политики - прозрачност
- 3** Преминване към модел на компетентност в образованието на децата и квалификацията на учителите и директорите
- 4** Строеж на 150 нови училища и на детски градини за едностранен целодневен режим
- 5** Целенасочена научна и развойна дейност за педагогическо развитие
- 6** Увеличаване на заплатите и намаляване на отпуските на учителите с условия за професионално развитие
- 7** Интегриране на образователните и социалните услуги

Източник: Хартата за добро управление на България



И все пак технологиите не са панацея за образованието

прилагат педагогически практики, които стъпват на гореизброените ценности и постигат изключителни резултати с всички деца. От всички нас зависи колко бързо тези ценности и практики ще станат преобладаващи.

- Технологиите са ключ към нови знания, но няма ли опасност неравният достъп до тях да създаде нови проблеми?

- Дигитализацията и използването на технологии е естествен

процес, който първо ще се развива. Неравният достъп не е голям проблем – почти всяко българско дете има достъп до компютър и интернет. Опасностите са другаде: да поставим технологиите пред съдържанието, инструментите пред педагогиката, техниките пред ценностите. Това не бива да го правим. Иначе ще продължим да обричаме огромна част от българските деца на духовна нищета, въпреки привигнатата материална и технологична задоволеност.

Бизнесът на издателствата няма да умре, ако те не печатат образователна литература

Александър Ангелов,
мениджър бизнес развитие в „Сирма Медия“ АД:



Александър Ангелов представя пред учители възможностите на Класната стая на бъдещето

До 10 години електронната книга ще измести хартиения учебник

Ако не можеш бързо да промениш нещо, не се опитвай. Мисли в тази посока, без да влагаш всички свои усилия. Промений само това, върху което може да влияеш. Придържаме се към това правило и не се опитваме да променим изведнъж и изцяло образователната система, нито сържавните изисквания и учебните планове. Можем да усъвършенстваме инструментите, които се ползват в тази посока – помагала, техническа подготовка на учителите и запознаването им с различни технологични новости.

Много от издателствата са склонни да предоставят информацията в цифров вид. Това набира скорост, но все още под учебник се разбира книжно тяло и вероятно още дълго ще има съпротива книжката да отстъпи място на мишката. Важно е да има съдържание, носителят не е чак толкова важен. Но ако под дигитализация ще се разбира учебниците да са в pdf формат, това не би означавало кой знае каква технологична стъпка. По-интересно за учениците ще е учебното съдържание да стане интерактивно. То ще е занимателно и ще допринесе за по-доброто му усвояване.

Продуктите на „Сирма Медия“ са с образователна насоченост. Компанията вижда ниша в образованието и се ориентира към разработки, свързани с по-доброто усвояване на знанията. Още повече, че делегираните бюджети дават автономия на учебните заведения и макар парите да не са много, те имат свободата да преценяват в какво да инвестират. Класна стая на бъдещето се ползва в над 35 училища, като в употреба са над 1000 устройства. Това не са елитните училища, а учебни заведения, в

които се мисли в перспектива. Повечето от тях са в областните градове. Насочени са най-вече към учениците в началния курс и допринасят за развиване на техните умения за писане и смятане.

В компютрите са заредени различни програми, през своя компютър учителят може да следи работата на всички ученици, както и да я прави достъпна до всички групи деца от класа. За учителите е важно да свикнат да работят с тази техника, да научат нейните възможности и максимално да ги използват. Класната стая на бъдещето излиза извън пределите на страната. Във Верона вече са я оценили високо и в редица училища тя е внедрена. В Кипър също са открили нейните удобства и вече я ползват.


Дигиталната лаборатория е друга новост, когато се правят експерименти, данните се записват в реално време – чрез нея се следят показатели като температура, влажност, налягане, скорост, сила и т. н. Тя е израелска разработка, но е адаптирана за българския пазар от „Сирма Медия“. Когато едно училище поиска да я внедри, за около две седмици я комплектуваме съобразно тяхната заявка и веднага след това може да започнат да я използват. Учителите обаче трябва предварително да бъдат обучени. Предимството е, че е полезна за придобиване на реално знание, освен това е лесна за ползване и учениците бързо свикват да работят с нея.

Интерактивните дъски набират популярност. Те са особено подходящи за детските градини. В София над 25 ОДЗ ползват такива технологични възможности и отзивите са зашеметяващо положителни. Навлизат с добро темпо.

Ако на учителя се демонстрират възможностите на техника, която е близка до начините на работа, с които той е свикнал, то това гарантира успех. Мисия невъзможна е да се направи технологична крачка напред, ако преподавателите са стресирани от техника, която усложнява тяхната работа, вместо да я улеснява.

Хартията не означава непременно традиционно образование. Тя е скъпа. Учебниците може да се ползват през електронен четец. Всеки учебник е на файл и вместо в печатницата, той може да се качи някъде, откъдето децата да го свалят на своите електронни книги. Бизнесът на издателствата няма да умре, ако те не печатат учебници. Те може да са генератор на идеи и да събират творчески колективи, които да разработват учебно съдържание, адаптирано към новите реалности и потребности.

Образованието е консервативно, то не се променя бързо. Но вероятно това не е за лошо. С досегашните методи на преподаване се постига резултат. Решим ли да пренасочим парите към новите технологични възможности, дори крайният резултат да се окаже с 5% по-лош, обществото губи. Затова образованието се бои от радикалната промяна – то трябва да се надгражда, а не рязко да се променя.

Мечтата образованието в близките години да стане творческо, а не репродуктивно. Технологиата ще стане ежедневие и ще улеснява ученето. Прогнозата ми е, че най-вероятно след по-малко от 10 години българските ученици ще ходят с електронни книги на училище. 

*** Той е богат**



**Бул Тренд Брокеридж ООД е инвестиционен посредник,
чрез който ще ОВЛАДЕЕТЕ нови финансови ресурси.**

Доверително управление / Електронна търговия / Финансови консултации /
Управление на активи / Акции / ДЗР/ Валута / Петрол / Злато /
Компенсаторни инструменти / Структурирани продукти



*** Пристрастен към печалба**

Адрес: София 1000, ул. "Златен рог" N12, офис 2 / E-mail: bulltrend@bulltrend-bg.com / www.bulltrend-bg.com

Времето на бързите пари отмина, чуждестранните инвеститори дълго обмислят къде е най-изгодно да отворят предприятие

Златната река пресъхна

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Оптимизмът е враг на рационалния инвеститор, твърдят най-успешните инвеститори. Когато на пазара настъпи крах, „резервите за сигурност“ рязко се увеличават и така инвестиционната активност намалява. В ситуация на нестабилност, на икономически и финансови сривове в различни точки на света, на протести срещу монополите в България, по-голямата част от които са чуждестранни инвести-

ции, едва ли може да разчитаме безразсъдно хора с пари отвън да създават заетост у нас.

Типология на инвеститора

Има два вида инвеститори – едните гонят спекулативни печалби, които определена ситуация дава, а другите търсят конкурентни предимства, които бизнесът зад граница би осигурил. Първият вид инвеститори бързат да са

първи, за да извлекат печалби от риска, защото ситуацията може да се промени, както се случи със „златните възможности“, които обещаваха изграждането на ветрогенератори и соларни паркове в България. Другият вид внимателно преценяват всички обстоятелства и са склонни само на добре премерен риск. Сред коментарите във форумите откриваме и такава гледна точка: „Та кой нормален инвеститор ще иска да инвестира в страна, раздирана от социални

протести и недоволства? Трябва да са мазохисти или комарджии...”

Колко струва популярността

Около 4 млн. лв. са отишли за реклама на България като инвестиционна дестинация в най-влиятелни световни медии с икономическа насоченост. Същевременно бяха организирани и девет инвестиционни форума в ключови страни в Западна Европа, Северна Америка и Азия, като част от проекта „Популяризиране на предимствата за инвестиране в България” на обща стойност около 16 млн. лв., които Българската агенция за инвестиции (БАИ) реализира съвместно с „Ентреа Кепитъл”. Проектът се изпълнява с финансовата подкрепа на ОП „Конкурентоспособност”. Целта на събитията бе да презентират конкурентните предимства на страната, държавните стимули и успешни примери за компании с присъствие у нас. „Плодовете от това усилие ще дойдат по-късно, България закъсня много с популяризирането си зад граница”, казва Борислав Стефанов, изпълнителен директор на БАИ.

Турция например още преди години хвърли доста пари за директна реклама, докато накрая се убеди, че постига по-добър ефект чрез сериалите, които създават позитивен имидж на страната, а също чрез позитивните новини за разцвета на нейната икономика. Но преди да говорим за това как да привлечем инвеститори у нас, нека видим какви са нагласите на големия бизнес по света. Над 100 американски компании преместват производството от развиващите се страни в родината си. Това, че Apple Inc. отново ще сглобяват лаптопи не в САЩ, а в Китай, Барак Обама гордо го обяви в новогодишното си обръщение към нацията. Европейците също свиват знамена и преосмислят задграничната си дейност. Преди няколко години „походът” зад граница се разглеждаше като още една стъпка по пътя към „глобалното село” в свят без граници. Но нещата се



Инвестициите в производството имат относително постоянен дял у нас

объркаха и май не само кризата е виновна за тази развръзка.

Плоският свят

„Аутсорсингът като бизнес модел вече остаря за нашата компания”, твърди пред Harvard Business Review Джефри Имелт, съветник на американския президент по заемостта и конкурентоспособности и изпълнителен директор на General Electric (GE). Компанията върна обратно в Америка производството на битова техника от Китай и Мексико. Но и сред бизнеса в Европа витаят подобни настроения: всяко пето търговско-промишлено предприятие от страна членка на ЕС планира оттегляне от Китай, сочат проучванията на Ernst & Young.

Прехвърлянето на производства от развитите страни към развиващите се заради по-евтината работна ръка беше един от факторите, които правят света „плосък”. Идеята за плоския свят като етап на глобализацията принадлежи на американския журналист Томас Фридман, който през 2005 г. описва как планетата се превръща в едно място на производство, с еднакви правила на играта. Той отиде много по-далеч от това да препише съвети за добра икономическа политика на страните, които още не са част от плоския свят,

и систематизира принципите, по които трябва да действат компанията, за да са успешни в тези условия. Седем-осем години по-късно процесът очевидно започва да се обръща. Икономическите връзки, които съществуват в света, започват да отслабват, се посочва в изследването „Световният индекс на глобализацията през 2012 г.”, изготвено от DHL. И ако нивото на световната търговия започва да се възстановява след краха през 2009 г., то нивото на преките чуждестранни инвестиции, които достигнаха връх през 2007 г., продължава да пада – в световен мащаб те са много по-ниски от 2005 г.

Новото „глобално село” се оказва не напълно глобално. Вместо това, то ще се превърне по-скоро в регионално. По оценки на DHL 60% от световния износ и от преките чуждестранни инвестиции, както и 75% от международния туризъм, са „затворени” в рамките на регионите. Тези връзки са особено силни в Стария свят: 73% от европейския износ е за други европейски страни, 68% от ПЧИ са в Европа. Основната причина за всичко това експерти виждат в икономическата криза: процесът на интеграция се сви повече на ниво региони и не се простира охолно в „глобалното село”. Прехвърлянето на производството от развиващите се страни

към развитите не е свързан само с кризата. Причините за тази нова тенденция са много по-дълбоки.

Скъпо и лошо

Защо GE оттегля своите мощности от Китай и Мексико, но все още ги оставя в някои други страни? Решението за това се взема въз основа на няколко фактора: повишаването на цените в страната на производство, високите транспортни разходи, възможностите за свиване на оперативните разходи и разходите за труд при завръщането, както и за повишаване качеството на продукцията. Невероятно, но факт, днес нагревател на GE, произведен в Китай, струва повече от същия продукт, направен в Луисвил, Кентъки. Освен това монтажът на хладилник в Мексико става за осем часа, докато на работниците в Луисвил отнема само два. Затова не е изненадващо, че компанията ще инвестира 800 млн. долара за разширяване на производството в Кентъки.

Според различни проучвания до 40% от американските компании ще имат преимущество, ако на продуктите им отново се появи Made in USA. Ползите за националната икономика ще са още по-големи. Само благодарение на GE през 2014 г. ще бъдат създадени хиляди нови работни места, твърди Джефри Имелт. По данни на органи-

зацията The Reshoring Initiative тези, които вече са решили да върнат производството в САЩ, ще отворят 50 хил. работни места. В Boston Consulting Group са още по-оптимистично настроени: за американските компании е изгодно да правят „у дома“ много широк спектър от промишлени стоки - от битови уреди до автомобилни гуми. Ако всички тези отрасли се върнат в Щатите, това ще добави 20 млрд. долара към БВП и ще даде работа на 2-3 млн. души. Като се има предвид, че равнището на безработица през март т. г. в САЩ спадна до 7.6%, има очаквания тази тенденция осезаемо да помогне на икономиката.

Накъде

Но как новата тенденция ще се отрази на развиващите се пазари, които разчитат на външни инвестиции? Според доклада на DHL за растежа на икономиките на такива страни по-нататъшните процеси на интеграция са по-важни, отколкото за развитите държави. Много от тези страни разчитат на глобалното разделение на труда, а и освен това вече са се ориентирали към определена отраслова специфика именно с оглед на глобализацията на икономиката. Така например Индия стана безспорен лидер в изграждането на колцентрове. Работещите в този сектор дори изучават различни

акценти на английски език, за да обслужват клиенти на канадски, американски, английски и шотландски фирми. Напоследък обаче тези фирми една по една закриват своите индийски колцентрове. Последното подобно съобщение дойде от британското звено на испанската банка Santander. Като причина управлението на банката посочва зачестилите оплаквания от клиенти. Оказва се, че аутсорсингът не само в производството, но и в услугите невинаги дава добър резултат.

Работата за чуждестранни компании не е единственото нещо, с което се занимават местни жители, икономиката на развиващите се страни не е свързана само с тези сектори. Например Мексико, откъдето GE и Whirlpool оттеглят своето производство, е най-големият в света производител на плоскоекранни телевизори. И засега експертите не виждат причина, която да лиши Мексико от нейното лидерство в този сегмент. Но това по-скоро е изключение.

Престрояване

Впрочем макар и модата на аутсорсинга да отминава, тъй като корпорациите все повече са отворени да подкрепят икономиката на своите страни, мястото на развиващите се пазари като център за производство не е зачеркнато като възможност. Просто акцентът става друг: невинаги е изгодно стоки за вътрешния пазар да се произвеждат далеч зад граница. За други пазари обаче може да е по-печелившият вариант. Основният принцип е производството да е по-близо до потребителя. Международната търговия и обменът на информация са основните двигатели на глобализацията. Именно с тях трябва да се съобразяват компаниите и държавите в новите условия. GE обяви нова стратегия за обратната дифузия на иновациите (Global Reverse Innovation). Нейната същност е, че в развиващите се страни се създава иновативен продукт, необходим за региона, който съответно е и на достъпна цена. Ако търсенето му расте в



Източник: БНБ

развитите пазари, компанията започва да го продава там. Например портативен ултразвуков скенер и жобно устройство за ЕКГ на ниска цена, произведени от GE, може да се купят в САЩ, въпреки че първоначално тези устройства са предназначени за лекари в Индия и Китай.

Адаптация

Най-успешните компании в световен мащаб ще бъдат тези, които съумеят да разберат нуждите на местния пазар и да ги удовлетворят. Сред положителните примери е Nokia, която създаде опростен модел мобилен телефон, адаптиран за жителите на Гана, или Nestle, която пушна нова марка евтини местни изделия за необятния индийски пазар. Въпреки това има едно „но“. Въпросът е какво да правят самите развиващи се страни? Вицепрезидентът на Световната банка Отавиано Кануто отбелязва, че дейността на международните компании на даден местен пазар е безвредна само ако предлаганият от тях продукт е уникален и неговото внедряване или продажба не задушава бизнеса на местните производители. Това, разбира се, е трудно, когато става дума за местни изделия.

Развиващите се пазари ще трябва отново да спечелят доверието на бизнеса от развитите страни. Защото големият проблем е, че техните трудови ресурси не са равностойни за работа в „глобално село“. Оказва се, че за страните с ниски доходи, в които липсват добри политики за развитие, пътят става все по-трънлив. Днес в света над 200 млн. души в трудоспособна възраст са безработни. Управляващите във все повече страни се питат каква да е политиката на пазара на труда, за да има растеж и по-висок жизнен стандарт, но за съжаление няма универсална рецепта. Всичко зависи от спецификата на държавата.

Напред-назад

За втора година DHL прави класацията Global Connectedness



Колцентровете са един от успешните примери за аутсорсинг на големи западни компании у нас в последните години

Index, която измерва нивото на глобализация, като се отчита дълбочината и обхватът в търговията, капитала, информацията и потоците от хора на държавите.

За 2012 г. България е на 40-о място в света сред 140 държави. Страната ни е непосредствено след Португалия, Мароко и Полша, преди Чили, Япония и Естония. За съжаление обаче сме с две позиции по-долу спрямо предходната година. Въпреки тази промяна, можем да заключим, че икономиката на България е отворена към света. В първата петорка са Холандия, Сингапур, Люксембург, Ирландия и Швейцария.

„Няма производствена компания, която в последните години да е затворила завод в България, за да се върне обратно в собствената си страна. За мен притесняваща е не тенденцията на оттегляне, а по-скоро фактът как се самозалъгахме, гледайки само цифрите на външните инвестиции. До 2009-а, когато трендът рязко се промени, вложенията бяха основно във финансовия сектор, търговията и недвижимите имоти. Инвестициите в производство никога не са били рязко нагоре или рязко надолу,“ коментира Борислав Стефанов. През 2007 г., когато външните инвестиции нахвърлиха 9 млрд. евро, има само 5-6 по-големи новооткрити завода, а близо 80% са били в банковия сектор и в недвижимост. Твърде малка част от парите, влезли във финансовия сектор, са

довели до купуване на нови машини и съоръжения и до откриване на нови работни места. Анализът на инвестициите обикновено е много повърхностен и той винаги се политизира. Като се каже как инвестициите рязко са намалели, хората обикновено си представят, че по-рано е имало много нови заводи, а сега вече няма, казва още шефът на БАИ.

Изберете България

През лятото на миналата година южноафриканската компания ALC откри фабрика за производство на кожени седалки на автомобили в с. Мусачево, близо до Елин Пелин, а през февруари м. г. заработи и заводът за автомобили Great Wall, в който участва и „Литекс Моторс“. Има китайски производители, които изчакват той да разгърне потенциал, за да решат дали си струва да отворят производство у нас, свързани с автомобилостроенето. Имаше и други компании, които избраха България. Проблемът е, че те основно се насочват към инвестиции в София и близката околност. Компании като ABB и Festo, „Шийседжам“ и „Девня цимент“ обявиха намерения за разширяване на производството си у нас. В БАИ очакват инвестиции от фирми, които работят в сферата на автомобилната индустрия, електротехниката, аутсорсинга на услуги, информационните технологии, добивната и химическата

индустрия, медицинския туризъм и се надяват скоро да се чуят позитивни новини.

Предимства

Борислав Стефанов твърди, че в последните 3-4 години няма значима промяна в интереса към инвестиции в аутсорсинг и производство в България. Кризата накара големите компании да преосмислят гали работа, която вършат далеч зад пределите на собствената си страна, не биха могли да я преместят по-близо до пазарите. Близостта до Западна Европа според него ни дава предимство.


България продължава да се надява чрез външни инвестиции да се справи с част от безработицата и да постигне икономически растеж. Това обаче става задача с повишена трудност. Но добри новини в тази посока не липсват и наскоро стана ясно, че от София ще бъдат обслужвани по-голяма част от клиентите на Daimler в Германия. Според Майкъл Еберхардт, вице-президент на HP Enterprise Services, опитът на HP в България е много успешен: „Има фактори, които допринесоха за решението ни - политическата стабилност и добрата



инфраструктура. Другият фактор е доброто ни сътрудничество с университетите тук и по-конкретно интересът на младите хора към IT индустрията като цяло.” В момента по проекта работят около 200 души, а в рамките на следващата година се предвижда броят им да нарасне до 700 души.

Гого или неволята

Все по-често се чуват въпроси като този: „Защо са ни чуждите инвестиции, щом не плащат европейски заплати?!” Все повече стават онези, които препоръчват

вместо да се молим някой да гоиде да печели чрез нас, да се огледаме за възможности да изправим българската икономика на крака, като ползваме всички икономически лостове, наред с финансовия и интелектуалния потенциал. Според някои е крайно време да се създават развойни звена, които да създават българско ноу-хау, което бързо да се превръща в продукти за външните пазари. Май е крайно време да спрем да се надяваме на мистериозния Гого и да повикаме неволята да издърпа колата от калта, след като златната река пресъхна. 

Как привличаме инвеститори

Най-благоприятни данъци в ЕС

- ◆ 10% корпоративен данък; 0% в региони с висока безработица
- ◆ 10% данък върху личните доходи
- ◆ 2-годишно освобождаване от ДДС при внос на оборудване за инвестиционни проекти над 5 млн. евро, които създават най-малко 50 работни места
- ◆ 2-годишна амортизация на компютри и нови производствени съоръжения
- ◆ Възможност за приспадане на разходите за изследователска и развойна дейност
- ◆ 5% данък при източника върху дивиденди и ликвидационни квоти (0% за компании от ЕС)
- ◆ Стратегическа географска позиция като мост между Европа и Азия.

Работна ръка

- ◆ Високо квалифицирана, многоезична работна ръка
 - ◆ Най-конкурентни нива на работна заплата в Европа
 - ◆ 45 000 български студенти в Европа
- Най-ниски оперативни разходи в Европа.**
Свободно движение на капитали.



Съхранете вашето здраве с природните продукти на Буров ЕООД

остеокомфорт

ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА



- Действа благоприятно върху дейността на опорно-двигателния апарат.

30 КАПСУЛИ



пробиотик Лакто Бацилус Булгарикус

- Българските млечно кисели бактерии /Лакто Бацилус Булгарикус/ подпомагат нормалната функция на храносмилателната система и дейността на нормалната чревна флора.



ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА

20 КАПСУЛИ



СИЛ

- Спомага за регулиране и контрол на телесното тегло.
- Подпомага мастната обмяна и функционалните нива на триглицеридите и холестерола в кръвта.



60 КАПСУЛИ

ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА

конопено масло

- Природен антиоксидант и енергиен източник, релаксиращ нервната система.
- Подпомага женското здраве.
- Оказва благоприятен ефект върху функциите на кожата, косата, ноктите и ставите.
- Действа благоприятно върху функциите на половата система и дихателната система.
- Подпомага функционалните нива на мастната обмяна и холестерол.

ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА



60 КАПСУЛИ

пумпарин+

- Действа благоприятно върху функцията на простатната жлеза и пикочо-половата система.
- Подпомага естественото поддържане на доброто физиологично състояние на отделителната система и мъжката половова система.



ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА

30 КАПСУЛИ

броколи

- Допринася за нормалното функциониране на женската половова система.
- Действа благоприятно върху тонуса на бюста.
- Подпомага нормалната чернодробна функция.
- Природен антиоксидант.



ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА

30 КАПСУЛИ

жирозитал

- Действа благоприятно върху функциите на дихателната система, жлъчния мехур и дейността на стомашно-чревния тракт.
- Спомага за поддържане на мастната обмяна и функционалните нива на триглицеридите и холестерола в кръвта.



ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА

60 КАПСУЛИ

неврокомфорт

- Действа благоприятно върху функциите на нервната система и сърдечно-съдовата система.
- Спомага за здрав сън.
- Оказва благоприятен ефект при стрес и психически натоварвания.



ХРАНИТЕЛНА ДОБАВКА

30 КАПСУЛИ

София, ул. „Дамян Груев“ 13, тел./факс: 02/ 851 92 03

Варна, ул. „Драган Цанков“ 5, тел.: 052/ 60 43 97

Русе, ул. „Мостова“ 17А, тел.: 082/ 82 81 02

www.bouroff.com



Големите пари търсят спокойствие в офшорните зони, но не получават надеждна застраховка срещу банкови катаклизми и медийни скандали

Островът на съкровищата

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Българин отива в клон на именита швейцарска банка, за да разбере какви са условията за откриване на сметка: „Ако имате до 200 хил. долара, значи случайно сте отворили нашата врата. Ако имате до 1 млн. долара, може да сте наш клиент, но ако внесете над 2-3 млн. долара, веднъж годишно за 15 мин човек на вашия роден език ще ви обяснява как се развиват инвестициите ви.” Може ли парите да се донесат с куфар – продължава клиентът. „Е, кеш с куфар – не”, отсича банкерът. А с камион може ли? – не се предава българинът. „С камион вече е по-интересно”, казва представителят на банката.

Парите обичат спокойствието и се плашат, когато около тях се зашуми. Големите пари се стремят да бягат от данъци и колкото по-голям е размерът им, толкова по-привлечени са от офшорните оазиси. Те гарантират анонимност и не се интересуват от произхода на средствата. Периодично обаче избухват скандали след мегажурналистически разследвания. Случва се нечие име с такива сметки да излезе на светло и политическата му кариера да отиде по дяволите. Такъв беше случаят с френския министър по въпросите на бюджета Жером Каюзак, който заради разследване подаде оставка в началото на април и призна, че е имал недеklarирана банкова сметка в чужбина. Само два дни след оттеглянето му бе огласено и международното медийно разследване за офшорните данъчни оазиси, станало известно като „Офшорлийкс”. То още повече сгъсти облаците над френския

президент Франсоа Оланд, тъй като стана ясно, че в черния списък с над 100 френски „данъкоплатци” е и Жан-Жак Ожие, издател, милионер и ковчезник на предизборната кампания на Оланд, който има акции в две компании, базирани на Каймановите острови.

Изтичане на тайни

Злото не идва само и точно след банковата криза в Кипър Международният консорциум на разследващите журналисти обяви, че има достъп до регистрационните данни на 130 000 души от над 170 страни с офшорни сметки, сред които и българи, укривали данъци чрез глобалните банкови оазиси. Анонимен източник е предоставил на журналисти от „Гардиън”, „Монд”, „Вашингтон пост”, „Зюглойче Цайтунг” и „Би Би Си” огромна база данни за лица, които не са плащали данъци. Общите авоари в офшорните зони възлизат на поне 32 трилиона долара, или 25 трилиона евро. Такъв е обемът на икономиките на САЩ и Япония, взети заедно. Парите в офшорните фирми продължават да се увеличават въпреки кризата. Сред хората, ползващи „данъчния рай”, са политици, борсови спекуланти, милиардери, правителствени служители, руски олигарси, хора от шоу бизнеса, международни търговци на оръжие, членове на богати фамилии от САЩ, Великобритания, Индия, Пакистан, Китай, Индонезия, Иран, Тайланд. Собственички на офшорни фирми са дъщерите на президента на Азербайджан Илхам Алиев. Фирмата се контролира от негов близък приятел, който е спечелил редица поръчки за строеж в бурно развиващата се каспийска гържава. В списъка е и съпругата на руския вицепремиер Игор Шувалов - Олга.

Скрито-(не)покрито

Заради данъчни измами всяка година Европейският съюз понася щети от един трилион евро. На Вирджинските острови, които са най-старата офшорна зона, са регистрирани повече от един милион компании, чиито собственици са

анонимни. Твърди се, че именити банки с добра репутация са помагали на клиентите си да си направят офшорни фирми. Разкритията на журналистите може да разклатят увереността на заможните хора, че наистина има сигурен начин богатството им да остане скрито от данъчните власти.

Потокът от пари към банките в Кипър беше толкова силен заради на практика офшорния статут и предимствата, които той дава на инвеститорите, а също и заради добрите юристи и счетоводители там. Банковият сектор и свързаните с това услуги се развиха така, че да осигуряват около 60% от БВП, а туризмът - близо 40%. В последните 10-ина години интересът взе лавинообразни размери и това създаде проблем на финансовите институции какво да правят с тези пари. Заради кризата възможностите за инвестиции намаляха рязко и те се насочиха към гръцки държавни ценни книжа, испански и италиански държавни облигации. И сривът не закъсня.

След като влезе в Европейския съюз, Кипър остана офшорна зона, като се въведоха регулации, които ги няма в другите подобни територии. Ако някоя държавна институция поиска да разбере кой стои зад анонимна кипърска офшорка, получава информация от Кипърската национална банка. Това обаче става само при държавно искане, продиктувано от основателна причина - например

съдебно дело за пране на пари или корупция. След финансовия колапс в Кипър експерти прогнозирали, че ниските тарифи и привлекателните условия в зони като Белиз и Хонконг ще накарат много от собствениците на компании в островната държава да се преориентират и да отворят нови фирми на по-спокойни места.

Скрий реалния собственик

Практиката за скриване на реалния собственик отдавна е позната и у нас. Близо 6800 компании, които имат дейност тук, са регистрирани в 28-те най-привлекателни офшорни зони. Заради близостта собствениците на бизнес от Кипър са най-многобройни. Втора по популярност е Ирландия - у нас има над 1100 компании, които са със собственици от Дъблин, където корпоративните налози са ниски. Тук оперират и над 600 фирми, регистрирани в Швейцария. Панама също е позната дестинация за родния бизнес, там са регистрирани 520 фирми с бизнес у нас. За разлика от Кипър, Швейцария и Панама не разкриват никакви данни за собствениците и активите на гружествата.

Банковият срив в Кипър е едно предупреждение за богатите. Той е напомняне към хората с повечко пари, че не бива да забравят златното правило никога да не слагат

всички яйца в една кошница. Но след всеки подобен случай големите пари отново откриват „свои воги“, тъй като винаги се намират финансови кръгове, изкушени да привлекат голямото богатство, като предоставят по-либерални условия. Малта се втурна да влезе в тази ниша, но веднага получи жълт картон.

Оптимизиране на данъците

„Офшорна зона“ и „офшорна компания“ са понятия, зад които стоят много тайнства, съмнения, критики. „Това е легитимен начин за неанонимно оптимизиране на плащането на данъци, особено от фирми, които имат бизнес в много държави“, посочва Владимир Каролев, управляващ партньор в Балканска консултантска компания. Целият щат Делауеър в САЩ е офшорна зона. В Холандия има правна форма, наречена V.V., и всички компании пог такава регистрация на практика са офшорни. Подобна регистрация има в Австрия, в Швейцария отделни кантони дават такива преференции. Но всъщност проблемът е с компаниите, които са анонимни офшорки, тъй като те служат за пране на пари и за влагане на средства от черен бизнес и корупция.

Пог прикритие

Сред най-големите инвеститори в България са Холандия и Кипър, където има възможност да се регистрират офшорни компании. Което съвсем не означава, че влезлите у нас пари са холандски или кипърски, напълно допустимо е голяма част от тях да са български, но да преминават през офшорки в тези две държави. Световноизвестни компании правят това, за да оптимизират данъците си. Не е тайна, че „Кока-Кола“ и „Интербрю“ ползват тази възможност. Но те не се крият, че стоят зад тези офшорки. Маскират се само онези, които са изнесли пари от търговия с наркотици, проституция, погупи, нерегламентирани комисиони. В страните, в които оперират, те имат гружества, регистрирани на тази територия, и там те плащат



Светът е пълен с данъчни оазиси

данъци. Най-големите фотоволтаични паркове у нас са на собственици с регистрация в Холандия и Кипър с цел данъчна оптимизация извън България. „АмБев“, „Хайнекен“ и „Идеал стандарт“ са инвестирали у нас точно чрез структура под офшорна юрисдикция. Като неписано правило много от приватизационните сделки са свързани с офшорни фирми - твърди се, че това е главно заради прикриване на действителния собственик, а и заради произхода на капитала.

Добре дошли, офшорки

Няма забрана в търговете за обществени поръчки или за концесии да участват офшорни компании. Обикновено те регистрират дружество в България и тук имат данъчна регистрация. Единственият проблем с офшорните компании е, че най-често не се знае кой е собственикът, посочва Каролев. Според него държавата би могла да забрани участието на анонимни офшорни компании в търгове за обществени поръчки или приватизация. Има големи инвеститори, които са собственици на съответната фирма в офшорна зона, но те не крият това. Всяко министерство или институция може да заложи в обявяването от тях обществени поръчки подобно условие и тогава до търговете ще се допускат само фирми, които разкрият своите реални собственици. Такова изискване липсва в нашия закон, напомня Каролев.

Лобистите обаче не допускат това да се случи. Нещо повече – периодично се правят опити офшорки да получат по-голям достъп до бизнес в България. В момента законът забранява офшорни компании да са собственици или акционери в дружества, които организират „игри

на щастието“. Но точно преди предсрочното прекратяване на 41-вото народно събрание бе направен опит компании, регистрирани в част от офшорните зони по света, да получат право да участват в дружества, които се занимават с хазарт у нас. Но тази промяна в Закона за хазарта не мина.

Притегателната сила

Парите отиват в офшорните зони основно по две причини - данъчна оптимизация и анонимност. Заради това политици, бизнесмени, хора от подземния свят, натрупали състояние, търсят тих пристан за богатството, което да остава скрито от имотните и данъчните декларации. Твърди се, че и немало бизнес, който е усетил властови натиск над себе си, е потърсил убежище в офшорните зони – такива хора предпочитат да се отдалечат от собствеността или от дейността. Законът за отнемане на незаконно придобитото имущество

острови, в Белиз също се издават акции на приносител, но вече трябва да се съхраняват в Белиз, което обезсмисля усилието и пречи на пълноценното използване на такава фирма. Иначе Белиз е евтино „убежище“ за парите. Там регистрацията на фирма е 500-600 долара, около 200 долара е данъкът, наемането на местен директор на фирмата е около 2 хил. долара годишно. Има опитни юристи, които управляват множество такива компании, като извършват определени действия само при необходимост – например при голяма сделка. Пълномощниците и хората, които работят реално с тези фирми, са тези, които носят голямата отговорност. Това е бизнес, свързан с много доверие и в България не липсват хора, които умело съветват богатите как да направят данъчна оптимизация.

На тъмно

Анонимните офшорни компании се регистрират с акции на приносител, другият вариант е за собственици да се обявят доверени лица, които в дадената офшорна зона са оторизирани да дръжат бизнеса. С тях са подписани договори, те представляват компанията, но никога не разкриват действителния притежател. Адвокати и счетоводители в офшорните зони живеят от такова представител-



Големите пари не обичат големите данъци

обаче не е дал особен тласък към офшорките, твърдят запознати. Очевидно такъв род лица добре се грижат своевременно богатството им да отива „на сянка“.

Абсолютна анонимност няма, макар до голяма степен да се дава възможност за прикриване на реалния притежател на богатството. С акции на приносител най-добре може да се маскират в Панама, Маршалските или Сейшелските

ство, те защитават интересите на клиентите си и пазят анонимността им.

„Всеки милионер иска да е презастрахован за несигурното бъдеще и затова са му нужни скрити пари. Това може да стане в Швейцария, на островите Ман и Пърси, в Белиз и на още 80 места в света. Има и група вероятност – така както са внесени, парите да бъдат загубени, тъй като много от специалните

Атлас на офшорните архипелази



сметки са кодирани с уникален шифър и не са известни на наследниците на заможния им притежател”, обяснява Колю Парамов, бивш главен ревизор на БНБ.

Преди 10-15 години българският капитал с неясен произход минаваше през офшорни зони, за да се загуби следата му. Но след превъртането му три-четири пъти той вече е без притеснение за произход. Една от схемите е хора, слезли от високите етажи на властта, но придобили съмнително големи доходи, да прикриват следите, като официално се водят консултанти на офшорни фирми, които те факто са техни. Има хора от сивия и от черния сектор, които в България нямат нищо на свое име, а цялото им имущество принадлежи на офшорки, на които те са анонимни собственици. Разследването за Братя Галеви показва, че голямата част от собствеността им, в това число и автомобилите, е притежание на две офшорки, регистрирани на Сейшелските острови. Юристи предполагат, че „Ем Пи Ви Трейдиг Лимитид“ и „Пи Ей Джи Норт Адамс Лимитид“ са учредени имен-


но с цел укриване на доходи и препиране на пари, че фирмите са тяхна собственост и чрез тях двамата са плащали на самите себе си.

Поне 10 млрд. евро наш капитал

Незаконно придобити средства с различен произход намират спокойствие в офшорните оазиси. „По закон всички български инвеститори в чужбина би следвало да декларира в БНБ за нивата на инвестицията и за вариантите по финансирането, но повечето от тях нито са го направили, нито имат намерение да го сторят. Така че днес проблемът не е за регистрираните пари в БНБ, които имат доказан произход, а за черните, присвоени или скрити пари. Най-интересното от цялата сага с офшорните пари е, че отсега нататък информацията за тях ще тече бавно и протяжно. „Заровеното“ като информация, скандално ще изважда на повърхността връзката между управляващи – бизнес – политика и влиятелните кръгове в държава-

та”, посочва Колю Парамов. По неговите изчисления над 10 млрд. евро български капитали се крият в офшорки, но никой у нас няма точна представа какъв обем от богатството е намерило тих пристан в такива закрити финансови архипелази.

Съмнения

В момента няма нужда българските капитали да минават през офшорни зони, тъй като корпоративният данък е едва 10%, твърдят наши икономисти. Но явно практиката ги опровергава. Българите, които имат сметки в офшорките, сега тръпнат и се тревожат за няколко неща – да няма публичност за парите им, да не се смени законодателството и гаранциите за съответния офшор, да не им конфискуват парите поради фалит на банката или други подобни катаклизми. Оказва се, че да си богат с много изнесени, откраднати или заработени навън пари, скрити в офшорки, също не е лесна работа. Големи пари, големи проблеми... 

В управлението на парите замаяните играчи забравят, че като Пепеляшка трябва да си тръгнат от бала, преди часовникът да удари фаталния час

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

За инвеститорите доходността намалява, когато движението се увеличава. Това правило, формулирано от Уорън Бъфет, често се забравя и неразумните играчи изпадат в ситуация, когато Пепеляшка остава на бала след полунощ и каляската се превръща в тиква, конете — в мишки, лакеите — в гущери, лъскавите одежди — в грипи. Замаяните участници са планирали да се оттеглят точно преди полунощ, но те танцуват в стая, в която часовниците нямат стрелки. Така само гъщерята на президента Никос Анастасиадис и още няколко избраници, на които секундомерът работи, успяха миг преди 12 да спасят авоарите си от данъчната тесла в Кипър.

Проблемът, когато управляваш пари, е, че феновете ти както в бейзболен мач постоянно крещат: „Удряй, некадърник!“, посочва Оракулът от Омаха. В крайна сметка въпросът е

да спечелиш, а не да загубиш

мача, а в криза като сегашната играта е много напрезната. Бъфет е наложил само две правила на своите директори. Правило номер едно гласи: Никога не губете пари на акционерите. Правило номер две е: Не забравяйте правило номер едно. Въпросът е да дове-



Каляска или тиква

рите управлението на парите си на хора, които също спазват това двойно правило.

Възможностите да се печели като че ли рязко намаляха, но опции и сега не липсват. Добрите инвеститори се страхуват, когато другите са алчни, и са алчни само когато другите се страхуват. И тъй като сега е време на много страх, спестяванията в банките растат. „Банковите депозити са най-популярната възможност за вложения с нисък риск. В пика на финансовата криза банките предлагаха високи лихвени проценти — някои стигаха до 8-9%, имаше такива, които ги надхвърлиха, и гонеха дори 12% при определени условия. Това носеше добра доходност за хора с финансови възможности, тъй като

лихвите бяха високи, инфлацията незначителна, липсваха лихви върху депозитите. Сега лихвите по депозитите продължават да падат, но хората не спират да пестят”, обобщава Иван Стойков, анализатор от финансовия портал „Моите пари”. В случая повече се търси

сигурност за парите

но и доходността никак не е за пренебрегване. Според Стойков в разгара на финансовата криза банките предпочитаха краткосрочна ликвидност и най-добрите предложения бяха свързани с едномесечните депозити, а сега най-атрактивни условия се предлагат за едногодишните влогове. Предимството на спестовните сметки е,



че не се дължи данък лихва.

БНБ следи за капиталовата адекватност и за ликвидността на финансовите институции и контролира да няма източване на големи средства към банките майки. Все пак внимателно избирайте банката, в която да влагате парите си. Депозитът също е свързан с поемане на риск. Ако се стигне до катаклизми, Фондът за гарантиране влоговете на гражданите покрива депозити до 100 хил. евро. Затова при по-големи наличности е добре да се ползва стратегията за разпределяне на сумите в различни банки, като всеки влог не надвишава 196 хил. лв. Дали ще направите депозит, дали ще купите имот, или ще изберете застраховката като инвестиция – това е свързано с трансформация на средствата от една форма в друга и винаги има риск. От начина на управление зависи дали ще ги умножите, дали ще ги загубите, или ще редуцирате богатството си. Сигурно и вие като Уорън Бъфет бихте предпочели да не ви се налага да разчитате на добрината на непознати, за да покривате задълженията си. Затова поемай-

те толкова риск, колкото сте в състояние да понесете.

Пазарът на недвижимите имоти

е в стагнация от 2008 г., когато се спуска т. нар. имотен бълон. Някои от тях се обезцениха с 30-40%, но в последните две години се стигна до относително стабилни цени. Има девиации от 5-7%, но те по-скоро са свързани с конкретни сделки и специфични условия. Значимо поскъпване или спад няма, имотният пазар влезе в коловоз, изчислява Иван Стойков. Интересът спадна значително, особено към недвижимости, които се придобиват с инвестиционен характер. В момента няма видим потенциал за поскъпване и това укротява страстите. Дори цените да тръгнат нагоре през 2014-2015 г., темповете на поскъпване ще са слаби и това охлажда интереса към сделки. При евентуално поскъпване от 3-4% след време, се предпочита 5-6% лихва на едногодишния депозит сега, сочат наблюденията на анализатора от „Моите пари“.

Вярно, плаща се 10% данък лихва, но няма разход на време и пари за поддръжката на имота. Депозитът все още дава приемлива доходност, макар лихвите да са значително по-ниски, отколкото преди 3-4 години. От друга страна, отливът на интерес към недвижимост е възможност спокойно да огледате пазара, да намерите подценен имот, да се пазарите за цената, или да се възползвате от това, че някой има остра нужда от кеш и бърза да продава. Когато повечето инвеститори бягат панически, някои считат, че точно това е моментът да се купува. По-безопасно е да се движите със стагото, но добрият инвеститор намира по-пряк път до целта.

Предлагането на ипотечни кредити отново се засили и ако имате остра жилищна нужда, преценете добре дали ще сте в състояние дългосрочно да изплащате кредита, като внимателно

претеглите всички рискове

В момента лихвите по кредитите са сравними с края на 2006

до началото на 2008 г., когато кредитният бум беше в разгара си и банките започнаха да намаляват лихвената тежест. В зората на финансовата криза те тръгнаха да се покачват. Кредитите не са се оскъпили, но проблемът е, че доходите намаляха, смята Иван Стойков.

Несигурността възпира хората към такива големи сделки. Знае се какво се случва с онези, които не погасяват кредитите си – известно време вноските са плащани, но имотът се продава, а те остават дължници на банката. Не само лихвите и страхът от загуба на доходите са причина повечето хора да са предпазливи в решението да направят покупка на собствен дом с кредит. Общата несигурност в каква посока ще върви икономиката на страната, как ще се движат цените на имотите, колко голям е рискът да се задлъжне за дълъг период от време, как ще се отрази на финансите на домакинството един постоянен месечен разход, продължава да държи хората в режим „Песимистичен сценарий“, когато ограничават харченето и искат заем само в краен случай. Младите хора по-лесно взимат решението за покупка на имот с кредит, докато при по-възрастните има страх от висока задлъжнялост и те предпочитат да го вземат с максимално самоучастие и минимален заем, твърди Тихомир Тошев, управляващ партньор на компанията за кредитно консултиране „КредитЦентър“.

Ако в момента теглите 80 000 лв. като ипотечен заем за 25 години, ще плащате месечни вноски между 617 лв. и 843 лв. в зависимост от банката и продукта, който сте избрали, сочи калкулаторът на „КредитЦентър“ през април 2013-а. Така за четвърт век

ще върнете между 2,5-3 пъти повече

Колкото по-голям е периодът за връщане на заема, толкова повече той се оскъпява.

Българинът застрахова по задължение колата си, но не и живота си. Малцина могат да

Ефективна годишна лихва на депозита	
Интернешънъл Асет Банк - Депозит „Асет Детство“ - BGN	6.50%
Раифайзенбанк - Детски депозит - BGN	6.20%
ТИ БИ АЙ Банк - Депозит "Привилегия" - BGN	5.62%
Интернешънъл Асет Банк - Депозит „Асет Златна възраст“ - BGN	5.40%
БАКБ - Промоционален дванадесетмесечен депозит - BGN	5.22%
Банка Пиреос България АД - Едногодишен депозит „Аз избирам“ - BGN	5.22%
.....	
МКБ Юнионбанк - Юнионинвест 1 - BGN	3.17%
ДСК - Дванадесетмесечен влог с нарастваща лихва „ДСК Спектър“ - BGN	3.09%
ДСК - Срочен влог „ДСК Ритъм“ - BGN	2.90%
ДСК - Срочен влог „ДСК Аванс“ - BGN	2.79%
ДСК - Срочен влог „ДСК Палитра“ - BGN	2.28%
Банка Пиреос България АД - Пиреос Детство - BGN	2.00%

Източник: „Моите пари“

се похвалят, че добре познават застрахователните продукти и предимствата, които погодно вложение дава. Застраховката „Живот“ не е само за изплащане на сума на наследниците при смърт на застрахования. Тя може да покрива трайна или временна загуба на трудоспособност, както и определени медицински разходи. Напоследък се наложи и застраховка „Живот“ с покритие на риск „Безработица“, най-вече при тегленето на ипотечни кредити, обяснява Тихомир Тошев. Застраховката може да бъде и със спестовен характер. Ако с кредитополучателя се случи най-лошото, тя може да покрие заема и така наследниците няма да бъдат



натоварени със задължения, които трудно да обслужват. Застраховките „Живот“ имат много разновидности и всеки може да избере тази, която най-пълно ще отговори на нуждите му.

Инвестицията в ценни метали

като злато, сребро и платина е предпочитана от хора с висока финансова култура. По време на криза влагайте в базисни суровини и стоки – злато, петрол, храни, гласи друго златно правило. Може да се купуват акции на компании, които добиват и преработват суровини. Има златни сертификати, които са алтернатива на вложени-

ето в инвестиционно злато. Може да се инвестира и във фондове, които работят на тези пазари. Но при всички случаи се иска известно познаване и от страна вложителя, за да може да довери парите си, а да не ги дава на сяпю. Най-успешните инвеститори влагат само в това, от което самите те разбират. Но ако нямате нужната компетентност, бихте могли да се обърнете към инвестиционен посредник, който да ви даде нужните разяснения за механизмите на тази търговия, а също за рисковете. Подобни сделки са госта спекулативни и трендът не е плавно нагоре или надолу. Девациите понякога са големи и може да се постигне както голяма печалба, така и огромни загуби.

Имайте предвид, че пазарът на инвестиционно злато у нас не е добре развит. Лесно е да купите, но много трудно е да го продадете. Според някои анализатори златото ще поскъпва, според други трендът ще върви надолу, така или иначе рискът е сериозен. По принцип

Включването в пиков момент

може скоро да доведе до загуби, ако цената устойчиво тръгне надолу. Затова е добре да не се забравя правилото винаги да се преценява моментът, в който се влиза в инвестицията, и етапът, на който е този актив – дали е на ниско ниво, когато цената започне да расте, когато максимумът е достигнат, или вече е започнал спадът. Трябва добро познаване на пазара, към който се насочвате като инвеститор, иначе урокът може да ви излезе солено.

Затова доверете се само на инвестиционен посредник, който умело управлява парите на своите клиенти. Търсете добрите професионалисти и не се преоверявайте. Ползвайте кредитни консултанти, специалисти, които разбират от инвестиции на фондовата или на стоковата борса, експерти по застраховане или по пенсионно осигуряване. Ако искате да правите инвестиция, намерете

подходящия консултант, който няма да ви подведе.


Живеем в технологичен век и мнозина насочват свободни ресурси в такива технологични компании като бизнес ангели или купуват техни акции. Разходите за интелектуален труд са сериозно перо, рискът също е твърде висок и това трябва да се знае предварително. „Гугъл“ и „Фейсбук“ са най-често даваният пример за инвестиции в най-динамично развиващия се сектор, всички мечтаят за техния успех, но малцина ще го постигнат. Има добри примери и на български технологични компании, които са се развили с подкрепата на бизнес ангел. Така че шанс винаги има.

Ако виждате ниша в област, която добре познавате, може би сега е моментът

да развиете свой бизнес

Това, че редица малки и средни фирми затвориха, не бива да ви плаши, тъй като светът не е спрял да живее и да потребява. Да инвестирате в себе си и в награждане на своя професионализъм, това също си струва, защото със сигурност ще ви качи „цената“.

Важно е всеки да умее текущо да управлява финансите си потоци, но и да планира финансовото си бъдеще. Парите в криза са ценно притежание и когато тяхното набавяне е трудна задача, е добре да пресметнем откъде е най-изгоден да получим средства, когато са ни необходими, и как най-ефективно да ги изразходваме. Парите създават проблеми понякога, но те са и необходимото зло, без което не можем. Управлението им остава една от най-важните ни задачи, когато те все по-трудно се изкарват.

Инвестиции, вложения, доходност... И все пак не забравяйте, че парите, които ви принадлежат истински, са само добре похарчените от вас средства. Иначе винаги има опасност часовникът да удари 12 и „каляската“ да се превърне в тиква. 

Цветан Петринин, изпълнителен директор на TBI Bank:

Инвестирайте в продукти, които сами разбирате



- Господин Петринин, защо големите пари предпочитат да отидат в офшорни оазиси, вместо да останат в данъчния рай България с 10% плюсък данък?

- Има различни причини за концентрацията на пари в тези зони. Не трябва да забравяме, че основно ги използват фирми с големи обороти и физически лица, които разполагат със свободни средства много над средния размер. Големият „плюс“ е, че клиентите получават всички услуги на едно място (юридически, финансови и др.) и физическото им присъствие за управлението на финансите не е дължително. Предимство за доста хора и компании е и това, че липсва прозрачност за собствеността. Не смятам, че масовият клиент се е възползвал и няма да се облагодетелства от услугите на офшорните зони. Данъчният климат в България е добър. А все още високите лихвени проценти по депозитите са достатъчно атрактивни за всеки български гражданин, независимо от размера на личните му средства.

- След банковия срив в Кипър какви изводи направихте за управлението на личния портфейл?

- В Кипър размерът на банковия сектор не беше балансиран спрямо цялата икономика и това доведе

Кризата предоставя възможности за покупка на бизнес, но малцина поемат този риск

до проблеми на ниво държава. Това е характеристика на повечето офшорни зони, за разлика от България, където има силно регулиран банков пазар и сериозна финансова стабилност. Ситуацията там поражда няколко поуки. На първо място се налага изводът инвестициите в портфейла да се диверсифицират. С особено внимание трябва да се подхожда към това. Да се избягват високи концентрации както в определени инвестиционни инструменти, така и в организации или държави. На второ място бих препоръчал на хората да инвестират в продукти, които клиентът сам разбира и може да вземе компетентно решение. Така ще управлява личния си портфейл без наемането на финансов консултант.

- Какви възможности има за хората с пари да постигнат добра доходност в сегашната ситуация?


- Все още депозитите са добра инвестиция при много добро съотношение на риск и доходност. Всички суми до 100 000 евро са гарантирани и въпреки намаляващата средна лихва на пазара, тя се запазва на доста по-високи нива от средноевропейските. Акциите и облигациите също може да са добра инвестиция, но те все още предлагат сравнително ниска доходност, отнесена към рисковия им профил. За да носят висока доходност, тези финансови инструменти трябва да се управляват професионално, т.е. от финансов консултант.

- Вашите съвети за по-добро управление на личния портфейл, които не започват с „Наемете си консултант“...

- Повечето банки предлагат консултации за управлението на свободните парични средства, като не изискват такса за това. Но аз лично препоръчвам на хората

да инвестират в продукти, които сами разбират. Смятам, че решението за откриване на депозит всеки може да вземе сам, след като се информира за условията на различните банки, лихвените нива, възможностите за довнасяне или предсрочно прекратяване. Моята препоръка е да инвестират свободните си средства в депозит с висока доходност и възможност за допълнително внасяне на средства. Така ще създадат своя дългосрочна програма за спестовност. Депозитите са гарантирани от държавата и са най-нискорискови. При необходимост от пари винаги могат да разчитат, че ще получат потребителски или стоков кредит срещу сумата по депозита и така ще запазят своите спестявания и сигурност. Инвеститорите трябва да преценят какъв риск биха искали да носят. Ако търсят по-висока доходност, може да инвестират в групи финансови инструменти, но трябва да са наясно, че всички те носят по-висок риск.

- Какви шансове се отварят в криза за хората със свободни финансови ресурси?

- Кризата е шанс за покупка на бизнес, но малцина поемат този риск. За хората със свободни средства има възможност да договорят висока доходност по депозити в банки. Затова статистиката на БНБ отчита ръст на депозитите и милионерите на всяко тримесечие. Това е нормална ситуация на пазар, който е силно ориентиран към привличане на капитали от вътрешния (депозитен) пазар. Традиционно добра инвестиция в криза са и недвижните имоти. Качественото ново строителство в престижните райони на София и големите градове е сигурно вложение и носи добра доходност. 

Плащания за природни ограничения

МЯРКА 211

на фермери в планинските райони



Програма
за развитие на
селските райони
(2007-2013)

Министерство на
земеделieto и
храните

Европейски
земеделски фонд
за развитие
на селските райони:
„Европа инвестира
в селските райони“



Лейди Реформатор*

ПЕТЪР ПЕШЕВ,
ИП Бул Тренд Брокеридж

Смъртта на Маргарет Тачър ни накарва да си припомним нейните дела като министър-председател на Великобритания. Желязната лейди, както е позната, е една не съвсем консенсусна личност, особено що се касае до икономическата политика на страната през периода май 1979 г. - ноември 1990 г., когато тя е в премиерския стол. Безспорно обаче е едно - тя бе непоколебима в своите решения, дори дългосрочни и многохилядни стачки не успяха да променят социално-икономическите ѝ управленски решения. Това ѝ поведение ѝ спечели прякора Желязната лейди. Именно такава твърдост по отстояване на предприетите политики липсваше на последните български правителства, особено при последното редовно избрано българско правителство, което бе в състояние и от няколкостотин протестиращи да промени политиката си на 180 градуса, и то по не един въпрос. Отлагането на реформи в кратък период, за да се запази моментният социален мир, коства много в дългосрочен период.

По образование Тачър е инженер-химик и като всеки инженер е свикнала да мисли с математическа логика - че $2+2=4$. В икономиката, където са налице многофакторни сложни зависимости, често $2+2>4$ или $2+2<4$. Да си представим, че правителството реши да стимулира икономиката, но с неефективни средства, то крайният нетен



Маргарет Тачър промени световната политика и облика на Великобритания. И до днес обаче нейната безкомпромисна дясна реформа поражда много икономически спорове

ефект ще е по-малък от добавените единици правителствени ресурси, и обратно - при ефективно разходване на правителствените средства е налице мултиплициращ ефект, надвишаващ вложените ресурси.

Настоящата кратка статия има за цел да представи резултатите от реформаторските политики на Маргарет Тачър и да ги сравни с икономическите резултати, постигнати от групи страни през периода 1979-1990 г.

Преди да представя по-конкретни факти за нейното управление, е добре да спомена, че Тачър вярва в икономиката, максимално изчистена от държавна намеса, като тя води именно политики по приватизация на държавни активи, вярвайки, че при всички положения частният собственик е по-добър управленец, както насочва и огромни усилия да се пребори със синдикатите и извоюваните работнически придобивки, които блокират пазара на труда.

*Заглавията са на редакцията

Реален темп на нарастване на БВП, %

Държава/ Период	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	Аритм. Ср/на за периода	Минимална стойност	Максимална стойност
Велико-британия	2.8	-2.2	-1.3	1.8	3.7	2.4	3.8	4.2	4.4	5.2	2.1	0.6	2.3	-2.2	5.2
Германия	4.2	1.0	0.1	-0.9	1.8	2.8	2.0	2.4	1.5	3.7	3.6	5.7	2.3	-0.9	5.7
Франция	3.2	1.6	1.2	2.6	0.7	1.3	1.9	2.5	2.3	4.4	4.3	2.5	2.4	0.7	4.4
Италия	6.0	4.2	0.6	0.2	1.0	2.7	2.6	2.9	3.1	3.9	2.9	2.0	2.7	0.2	6.0
Испания	0.2	1.2	-0.3	1.3	2.2	1.5	2.6	3.2	5.6	5.2	4.7	3.7	2.6	-0.3	5.6
Холандия	2.4	12.6	-0.5	-1.2	1.7	3.3	3.1	2.8	1.4	2.6	4.7	4.1	3.1	-1.2	12.6
Ю. Корея	7.1	-2.7	6.2	7.6	11.5	8.7	6.6	11.6	11.5	11.3	6.4	9.5	7.9	-2.7	11.6
Канада	4.2	1.4	3.1	-2.9	2.8	5.7	5.4	2.6	4.1	4.9	2.5	0.3	2.8	-2.9	5.7
Япония	5.5	2.8	3.2	3.1	2.3	3.9	4.4	2.9	4.2	6.2	4.8	5.1	4.0	2.3	6.2
САЩ	2.8	-0.3	2.3	-2.1	4.0	7.0	3.6	3.1	3.0	3.8	3.4	1.2	2.6	-2.1	7.0

Източник: МБФ

Дерегулация и приватизация бяха нейното основно верую, като Желязната лейди има основен принос за либерализацията на финансовите услуги и за превръщането на Лондон в световен финансов център - нещо, което носи и редица негативи, видно от последната финансова криза.

В какво състояние заварва икономиката министър-председателят Тачър?

✓ В началото на нейния управленски период Великобритания е раздирана от стачки, организирани от синдикалните организации, които целят по-високо заплащане на заетите в публичния сектор, както и повече социални придобивки.

✓ Инфлацията е висока, като в годината преди тя да поеме управлението на страната, цените нарастват с 9% годишно.

✓ Валутният курс на паунда спрямо долара се възстановява, като в годината преди управлението ѝ посъхва от 1.80 долара за паунд до 2.08 долара за паунд, т.е. налице е доверие на международните партньори и инвеститори в стерлинга.

✓ Икономическият растеж е висок, като през '78 г. реалният БВП нараства с 3.30%.

✓ Безработицата е ниска, като през '78 г. е в размер на 5.6%.

✓ Редица производствени сектори и активи, както и такива от комуналния сектор, са собственост на държавата.

✓ Бюджетният дефицит (с изключени еднократни ефекти от продажбата и покупката на активи) е в размер на 3.24% от БВП.

✓ Публичният дълг е малко над 40% от БВП.

От цитираните данни и факти е видно, че британската икономика не е в лоша позиция, особено ако я сравним с развитите страни през това време. Да, инфлацията и исканията за по-високи доходи и социални придобивки,

студената зима на 78-ма година и прогължилите с месеци стачки са трудни за разрешаване, но Великобритания е с такива показатели, че има място да се маневрира много, особено що се касае до икономическа политика.

Каква е икономическата динамика по време на мандата ѝ?

Първите четири години (1979-1983 г.) от управлението на Желязната лейди са трудни. Съпроводени са с рецесия, висока инфлация, нарастваща безработица, бюджетни дефицити, по-висока публична задлъжнялост и преразпределяне през държавния бюджет, спрямо годините преди нейното управление. Всичко това ѝ гарантираше загуба на изборите, но ходът с бързо спечелената война срещу Аржентина в спора за Фолкландските острови доведе до повдигане на националното самочувствие на британците и гарантира втори мандат на Тачър. Иначе влошаващите се през периода икономически показатели и сривът в курса на паунда щяха да доведат до провала ѝ на следващите избори.

През периода на нейното управление са приватизирани редица държавни компании като Бритиш Аероспейс, Кейбъл Енд Уайърлес, Ягуар, Бритиш Телеком, Бритойл, Бритиш Газ, Роял Мейл, дори телефонът 999 на лондонската пожарна е прехвърлен за поддържане и опериране към частна компания.

По време на втория и третия мандат на Маргарет Тачър икономиката на страната просперира, като реалният икономически растеж се засилва и през 1988 година достига до 5.2% годишно. Високата инфлация от първите години на мандата ѝ е сведена в рамките на умерените 4-10%. Бюджетният дефицит (с изключени приходи от приватизация/разходи за покупка на активи) нараства до 1985 година, след което започва да намалява, като през 1989 и 1990 г. дори са отчетени малки излишъци. Безработицата обаче остава ахилесовата пета на икономиката. В началото на първия мандат коефициентът на безработица е 5.4%, а през периода 1982-1987 е трайно над 10.5%, като в последната година от управлението се понижава до 7%.

Как се справя британската икономика в сравнителен план?

Според редица анализатори икономическото управление на Желязната лейди остава в историята като много успешно и често се дава за пример, когато се търсят доводи в посока на приватизация и дерегулации. Икономиката на Великобритания се преоформила от икономика със силна промишленост в икономика на услугите със силно застъпен финансов сектор, тъй като се смята, че финансовите пазари са еманация на пазарната икономика. Доколко успешна е икономическата политика

на Тачър, може да се съди като се разглежат показатели за други развити страни през аналогичния период (виж данните в таблиците).

През периода 1979-1990 г. поне седем (без САЩ) от десетте държави реализират по-висок растеж от Великобритания, дори икономики със значителна правителствена намеса, дали под формата на преразпределяне или под формата



През 1985 г., в разгара на студената война, заедно с германския канцлер Хелмут Кол и американския президент Роналд Рейгън

Инфлация, % (годишно изменение на цените)

Държава/ Период	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	Аритм. Ср/на за периода	Минимална стойност	Максимална стойност
Великобритания	12.6	16.9	12.2	8.5	5.2	4.5	5.2	3.6	4.1	4.6	5.9	8.1	7.6	3.6	16.9
Германия	4.1	5.5	6.3	5.3	3.3	2.4	2.1	-0.1	0.2	1.3	2.8	2.7	3.0	-0.1	6.3
Франция	10.8	13.1	13.3	12.0	9.5	7.7	5.8	2.5	3.3	2.7	3.5	3.4	7.3	2.5	13.3
Италия	14.8	21.3	19.5	16.5	14.6	10.9	9.1	5.9	4.8	5.1	6.3	6.5	11.2	4.8	21.3
Испания	15.5	15.6	14.6	14.4	12.2	11.3	8.8	8.8	5.3	4.8	6.8	6.7	10.4	4.8	15.6
Холандия	4.2	6.6	6.8	5.9	2.9	3.4	2.3	0.0	-1.0	0.5	1.1	2.5	2.9	-1.0	6.8
Ю. Корея	18.5	28.7	21.4	7.1	3.4	2.3	2.4	2.8	3.1	7.1	5.7	8.6	9.3	2.3	28.7
Канада	9.1	10.2	12.5	10.7	5.9	4.3	4.0	4.2	4.4	4.0	5.0	4.8	6.6	4.0	12.5
Япония	3.7	7.8	4.9	2.8	1.9	2.3	2.0	0.6	0.1	0.7	2.3	3.1	2.7	0.1	7.8
САЩ	11.3	13.5	10.4	4.0	5.3	4.4	3.5	1.9	3.7	4.1	4.8	5.4	6.0	1.9	13.5

Източник: МВФ

Бюджетен дефицит(-)/излишък(+), в % (без извънредни приходи/разходи от продажба/покупка на активи)

Държава/ Период	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	Аритм. Ср/на за периода	Минимална стойност	Максимална стойност
Велико-британия	-4.4	-3.3	-3.4	-2.7	-2.5	-3.4	-3.9	-2.8	-2.4	-1.9	0.5	0.1	-2.5	-4.4	0.5
Германия	-2.4	-2.6	-2.9	-3.7	-3.3	-2.6	-1.9	-1.2	-1.3	-1.9	-2.1	0.1	-2.2	-3.7	0.1
Франция	-2.0	-0.8	-0.1	-2.3	-3.0	-2.8	-2.9	-3.0	-3.2	-2.0	-2.5	-1.8	-2.2	-3.2	-0.1
Италия	-8.5	-8.3	-8.5	-11.4	-11.3	-10.6	-11.6	-12.5	-11.6	-11.0	-10.7	-9.8	-10.5	-12.5	-8.3
Испания	п.а.	п.а.	-1.8	-2.2	-5.4	-4.6	-5.2	-6.7	-5.8	-3.0	-3.1	-2.7	-4.1	-6.7	-1.8
Холандия	п.а.	п.а.	-4.1	-5.1	-6.3	-5.5	-5.3	-3.5	-4.9	-5.7	-4.4	-4.6	-4.9	-6.3	-3.5
Ю Корея	-1.3	-1.5	-2.1	-1.5	-0.6	-0.3	-0.5	-0.5	0.7	1.3	2.6	1.1	-0.2	-2.1	2.6
Канада	-4.8	-3.4	-4.1	-2.8	-7.0	-8.2	-7.8	-8.6	-7.2	-5.4	-4.3	-4.6	-5.7	-8.6	-2.8
Япония	-5.5	-4.7	-4.4	-3.8	-3.6	-3.6	-2.1	-0.8	-0.9	0.5	1.5	2.4	-2.1	-5.5	2.4
САЩ	-1.5	-1.2	-3.0	-2.6	-5.2	-5.9	-5.0	-5.2	-5.5	-4.5	-3.8	-3.4	-3.9	-5.9	-1.2

Източник: МВФ

на целево субсидиране на дялове от икономиката като Германия, Франция, Италия, Испания, Холандия, Япония, Южна Корея. Поне шест развити държави (без САЩ) реализират по-ниска инфлация през периода, а поне четири от представените страни реализират по-нисък бюджетен дефицит през периода. Поне седем от изредените икономики (без САЩ) оперират при по-ниска безработица, като средната безработица в Япония, Германия, Холандия и Италия е значително по-ниска.

В сравнителен план политиката на Желязната лейди се оказва, че не е чак толкова успешна, или може да се каже, че редица държави се справят доста по-добре и с по-голямо участие в икономиката, било то като преразпределение, като участие в икономиката с държавни компании или като държавни политики по стимулиране на определени сектори в икономиката, или пък в комбинация от трите.

Особено видно е и от сегашна гледна точка, че политиката на Тачър не е била чак толкова далновидна. Силното проникване на финансовите

услуги и ликвидирането на промишлеността направиха така, че вече шеста година бюджетният дефицит в страната е над 5% от БВП и е в тясна връзка с разходите по спасяването на финансовия сектор, върху който до голяма степен се крепи и модерната британска икономика. За разлика от британския път на развитие, германската икономика, която се слави с голямото държавно преразпределение, и до днес разчита на промишлеността и износа като източник на средства, растеж и заетост, като е и в много по-добра фискална позиция.

Изводът е, че под управлението на Маргарет Тачър британската икономика преминава през фаза на висок икономически растеж и тотална трансформация. Това обаче не пречи икономиките на страни като Германия, Франция, Италия, Япония, Канада, Южна Корея да се справят по-добре в икономически план през периода 1979-1990 г. Приватизацията и дерегулацията не са панацея и не са заместител на умните и ефективните държавни разходи и икономически политики.



Докато светът се сбогуваше с Тачър, противници на нейните реформи протестираха на улиците в цяла Великобритания

Източник: ЕП/БГНЕС

Безработица, в %

Държава/ Период	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	Аритм. Ср/на за периода	Минимална стойност	Максимална стойност
Велико-британия	5.4	6.5	9.4	10.6	11.4	11.8	11.4	11.3	10.6	8.8	7.3	7.0	9.3	5.4	11.8
Германия		3.4	4.8	6.7	8.1	8.1	8.1	7.8	7.8	7.7	6.8	6.2	6.9	3.4	8.1
Франция	п.а.	6.3	7.4	8.1	8.4	9.8	10.2	10.4	10.5	10.0	9.4	9.0	9.0	6.3	10.5
Италия	п.а.	7.4	7.6	8.3	7.4	7.8	8.2	8.9	9.6	9.7	9.7	8.9	8.5	7.4	9.7
Испания	п.а.	11.0	13.8	15.8	17.2	19.9	21.3	20.9	20.2	19.2	17.2	16.2	17.5	11.0	21.3
Холандия	п.а.	3.4	4.6	6.5	8.3	8.1	7.3	6.5	6.3	6.2	5.7	5.1	6.2	3.4	8.3
Ю Корея	п.а.	5.2	4.5	4.1	4.1	3.9	4.0	3.8	3.1	2.5	2.6	2.5	3.7	2.5	5.2
Канада	7.5	7.5	7.6	11.1	11.9	11.3	10.6	9.7	8.8	7.8	7.5	8.2	9.1	7.5	11.9
Япония	2.0	2.0	2.2	2.4	2.7	2.7	2.6	2.8	2.9	2.5	2.3	2.1	2.4	2.0	2.9
САЩ	5.8	7.2	7.6	9.7	9.6	7.5	7.2	7.0	6.2	5.5	5.3	5.6	7.0	5.3	9.7

Източник: МВФ



Продължилият повече от 10 години бум в цената на ценния метал приключи, сочат пазарите

Златният балон*

ВЛАДИМИР МАЛЧЕВ,
Бул Тренг Брокеридж

Продължилият повече от 10 години бум на цената на златото приключи. Това вероятно е топ новината на финансовите пазари от последния месец. След ръст от 650% между 2001 и 2011 г. до над 1900 долара за тройунция, последва период от година и половина на консолидация с долна граница от около 1530 долара. Тази долна граница беше поместена за няколко борсови сесии с изключително бърз, значителен и рядко срещан срив на цената от 15%. С това официално и по всички правила на играта – спад от над 20% от върха, златото влезе в мечи тренд, достигайки временно ценово дъно от 1321.60 долара за тройунция, което е спад от над 30% от върха през есента на 2011 г.

**Заглавията са на редакцията*

***Материалът не е препоръка за инвестиционно решение*

Какво причини възхода на златото в това десетилетие. Популярното мнение е, че златото поскъпва заради монетарната експанзия на централните банки, което води до инфлация, което пък изпразва от съдържание хартиените пари. Реално обаче нищо такова не се случва. Да, централните банки включиха високи обороти, но това първо се случи през последните няколко години, когато златото вече беше поскъпнало стремглаво, и второ, монетарната експанзия въобще не доведе до някакви извънредни темпове на инфлация, дори напротив. Печатниците на централните банки дори повишиха оборотите си през последните две години, а от година и половина златото не само не поскъпва, ами точно обратното. Така че не самата инфлация, а ирационалните опити за защита от инфлацията на много професионални и непрофесионални инвеститори бяха една от причините за насоч-

ването на значителни инвестиции към златото като актив.

Още повече, ако всички купуват злато и то поскъпва, логично е това да привлича все повече купувачи – типичен пример за раздуване на балон. На теория повишаването на цената на дадена стока трябва да води до спад в търсенето ѝ. През последните над 10 години обаче глобалното търсене на злато се увеличава заедно с нарастването на цената му. В този смисъл е известното твърдение на Джордж Сорос, че пазарите почти винаги грешат, но често налагат своята истина. Този процес той нарича самозахранващ се цикъл, в който положителните сигнали се възпроизвеждат и надуват балони с размери и продължителност, които никога не си е представял в началото на цикъла. Нещо повече, колкото повече този процес напрегва, толкова по-слаби са корекциите в цените, а темпът на надуване се засилва, колкото повече приближава големият обрат при пукването на

балона. Пак според Сорос, успешният спекулант не е този, който продава на късо балоните и чака стабилизиращите сили на пазара да върнат бързо цените към някаква фундаментална стойност, а този, който ги разпознава в зародиш и се качва на борда с надеждата да скочи, преди да настъпи катастрофата. Умението да разчиташ поведението на хората е също толкова важно, ако не и по-важно от информираността за основните параметри на самия актив. Успешният спекулант разпознава следващия модерен актив по-рано от останалите,



качва се на борда и продава преди катастрофата. Случилото се със златото има такива балонни характеристики като описаните по-горе, както и, разбира се, известни различия. Някои големи инвеститори със статут на финансови гурута, както и водещи финансови институции с позиции да влияят на пазара, се възползваха от ситуацията по описания

по-горе сценарий и спечелиха. По някакъв индиректен път напечатаните пари от централните банки и освободените пространства в балансите на търговските банки вероятно също са спомогнали за възходящия тренд на златото, но едва ли това беше основната движеща сила на пазара.

Един доста по-влиятелен фактор изглежда икономическият бум на развиващите се пазари и по-специално тези в Азия – Китай и Индия. Освен чисто индустриалната употреба на металите, която нараства поради бурното икономическо развитие, населе-

нието в тези страни забогатява бързо, а една от най-популярните форми на спестяване там е покупката на злато. Това е така и поради манталитет, народопсихология, традиции, но и поради липсата на достатъчно гъвкави възможности за инвестиции – често отрицателна реална депозитна доходност поради високата инфлация, недоста-

тъчно развити и твърде рисковни капиталови пазари, ограничени от държавата инвестиции на външни пазари и т.н. В гнешно време над 3/4 от глобалното търсене на злато идва от развиващия се свят, а делът само на нововъзникващите азиатски икономики вече приближава 60%, при 30-35% преди 10 години.

Други често спрягани причини за поскъпването на златото са развитието на нови финансови продукти като т.нар. ETF (борсово търгувани фондове), чрез които златото стана по-общодостъпно като инвестиция. На това направление обаче се пагат под 10% от глобалното търсене. Активизирането на централни банки от нововъзникващите пазари, които акумулират значителни международни резерви, част от които инвестират в злато, също се смята, че влияе в определени моменти на пазара. Оказва се обаче, че централните банки по света като цяло са нетен продавач на ценния метал. Много вероятно е именно възможността Кипър да излезе на пазара и да продаде златото си като част от опитите да стабилизира финансите си, да беше спусъкът, който отключи почти безконтролните разпродажби. Дори не толкова Кипър, колкото перспективата тази практика да се приеме и от други закъсали европейски държави вероятно отпуши страховете на инвеститорите в злато.

В обобщен вид причините за рязкото поевтиняване на златото могат да се търсят в съчетанието на това, че пазарните участници най-сетне се убедиха, че високи темпове на инфлация няма и не се задават, и че в същото време азиатските икономики, които генерират най-голямо търсене на злато, започват да забавят растежа си. Като добавим същия стаден инстинкт, който буташе цените нагоре, но сега се обърна след година и половина на натрупване на напрежение и напразни надежди за възобновяване на поскъпването, и картинката за своеобразно спукване на балона става идеална.

Краят на многогодишния възход в цената на ценния метал вървеше ръка за ръка със срива на цената и на други ценни метали като среброто и платината. Случилото се даде основание на някои водещи банки в света да побързат да се наредят сред първите, които да сложат етикет на събитията като „Крайт на супер цикъла на борсовите стоки“. Много от тези банки доскоро се кълнеха във възобновяването на възходящия тренд на златото, като цени от над 2000 долара бяха най-малкото, което можеше да се види за перспективите пред метала за миналата, тази и следваща година. Няколко месеца преди върха от 2011 година анализаторите на Standard Chartered отчитаха сериозна вероятност в края на това десетилетие цената да достигне 5000 долара. В същата прогноза цена от 2000 долара се предвиждаше чак за 2014 година, а такава почти беше достигната още в близките месеци след това. В този смисъл прогнозите са хубаво четиво, но определено пазарът винаги има собствено мнение. Затова аз ще се опитам да очертая възможни сценарии за бъдещето на златото.

Първият много вероятен сценарий е известна корекция на цената в посока нагоре, каквато вече наблюдаваме, като движението вероятно въобще няма да тества предишната ключова подкрепа при 1520-1530 долара за тройунция. След тази корекция би трябвало да последва ново сериозно обезценяване на златото с вероятна междинна спирка при 1280-1300 долара. Крайната цел на един такъв сценарий може да бъде зоната 700-1000 долара за




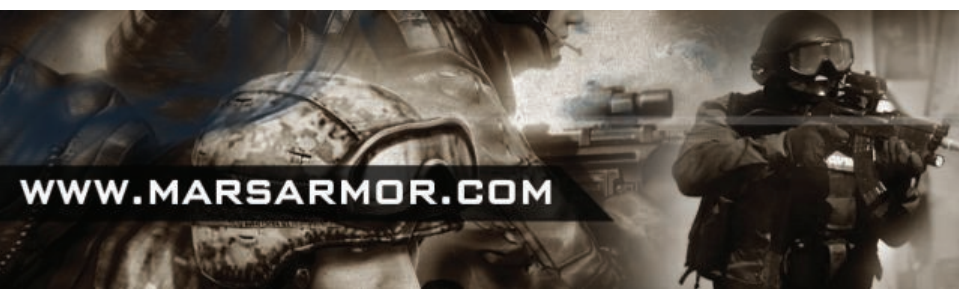
тройунция, която би трябвало да се постигне още тази или по-вероятно следващата година. Все пак считам, че едва ли ще видим златото трайно под 1000 долара за тройунция. Една добра причина, поради която смятам, че е трудно да видим златото трайно под 1000 долара за тройунция в близките години, е това, че разходите за производството му нараснаха драматично през последните години. Според последните данни на специализираната изследователска компания GFMS, част от групата на Thomson Reuters, средните разходи на индустрията за производството на една тройунция злато са се повишили със 7% само през 2012 година до около 1150 долара. По данни на някои от най-големите производители на злато в света като AngloGold, Newmont Mining Corporation и Iamgold разходите им са в зоната 1200-1290 долара. Това означава, че за кратък период цената може и да слезе в зоната 1300-1000 долара за тройунция, но не може да се задържи дълго там. Последният спад в

цената на златото направи губещи 15% от мините, така че ново поевтиняване, особено ако се задържи като цени и тенденция, ще намали драстично производството и ще задейства балансиращи пазарни сили, които ще доведат до повишаване на цената. Индустрията като цяло е изправена пред сериозни проблеми, а поевтиняването на златото ги задълбочи. Дълговото финансиране на нови проекти за проучване и добив става почти невъзможно, а инвеститорите разпродават акциите си. FTSE Gold Mines Index, който следи акциите на водещите компании в сектора, е изгубил над 50% от върха си от 2011 година, госта повече от самото

злато, а като стойност е изтрил над 160 млрд. долара пазарна капитализация.

Вторият ми основен сценарий е този драматичен спад от април да се окаже „изтръскване на гнилите круши от дървото“. При това положение ще видим бързо връщане на цената над бившата подкрепа (сегашна съпротива) при 1520-1530 долара, откъдето да се оформи добра база за атака и пробив на върха от есента на 2011 година, при което най-сетне ще видим цени над 2000 долара, така бленувани от биковите на златото и нов исторически максимум вероятно далеч над това ниво. Едно таква развитие би било перфектен завършек и последна фаза на златния балон.

Най-малко вероятен сценарий за мен е дълъг мечи тренд на златото и край на суперцикъла на борсовите стоки, какъвто рисуват от Ситибанк, които считат, че предстои охлаждане на китайската икономика, което ще предизвика спад в цените на много борсово търгувани стоки през следващите години. 



Румен Радушев, началник на управление „Жилищно кредитиране“ в Пощенска банка:

Ипотеките в лева вече са по-изгодни отпреди кризата

АТАНАС ХРИСТОВ

- Г-н Радушев, от началото на 2013 г. се запази тенденцията на намаление на лихвените нива по ипотечните кредити. На какво отговаря това?

- Банките са изключително активни при предлагането на ипотечни кредити. От началото на март до момента има 9 различни телевизионни реклами на жилищни заеми при промоционални условия - нещо, което не помня да се е случвало дори по време на пика на жилищното кредитиране преди 5 г. Икономиката е стабилна, а конкуренцията много голяма, затова лихвите вървят надолу. Пазарът се събуди и вече виждаме интерес от клиенти, които са заможни според българските стандарти – хора, които могат да си позволят нещо над месечните сметки.

Тези клиенти се раздвижиха, защото си дадоха сметка, че качествените имоти в големите градове винаги ще са качествене. Спадът на цените на имотите се забави през последните години и много хора преценяват, че това е дъното. Хората се умориха и да отлагат плановете си и решиха да действат.

- Раздвижването на клиентите ли предизвика конкуренцията на пазара на ипотечни кредити?

- Определено. Това е пазар, който вече не е спадащ,

а стабилен и с тенденция към ръст. Банките търсят начини да намерят пазарната ниша, която ще доведе до повишение на продажбите.

Потреблението е сравнително ниско и няма как да очакваме потребителските заеми да доведат до ръста, който ни удовлетворява. Обемите в кредитите се постигат от ипотечните кредити. Те носят и по-нисък риск за банката, защото са обезпечени.

Тези положителни страни на ипотечното кредитиране накараха банките, които са по-активни в този сегмент, да излязат с нови промоции. Активизирането започна още в края на миналата година, но пикът през март и април е нещо уникално.

Стабилизирането на пазара на имоти също е благоприятстващ фактор. Добрите жилища на добри локации в големите градове дори дават индикация за лек ръст на цените и хората осъзнаха, че поне няма да губят.

Оптимист съм както за търсенето от клиентите, така и за активността на банките, които няма как да не се съобразят с желанието на потребителите и да предлагат все по-добри продукти, иновативни решения и максимална гъвкавост. Такъв е нашият Жилищен кредит с „Флекси“ опция. С него клиентите освен много добри цени получават и възможност да прескочат плащане или да намалят наполовина вноските си за шест

месеца, което им гарантира по-голямо спокойствие и сигурност.

- Данните на БНБ обаче отчитат свиване на пазара на ипотечни кредити. Какво е вашето обяснение за това?

- Убеден съм, че новият бизнес расте. Основната част от данните, които статистиката на БНБ публикува, показват портфейла, който вече е натрупван с години в банковата система. По отпуснатите вече заеми обаче всеки месец има погасяване на част от задълженията. В същото време банките не могат да продават нови кредити с обемите, които реализираха преди кризата.

Първият позитивен сигнал вече дойде в края на миналата година, когато статистиката на Националната банка за ипотечните заеми отчете ръст от 0.8% спрямо 2011 г.

По-ниските цени на имотите също влияят при формирането на портфейла. Преди отпускахме средно по 50 хил. евро, сега кредитите са средно по 30 хил. евро, при това за същия тип имоти. Вероятно банките финансират същия брой клиенти, но няма как да достигнат големите обеми отпреди кризата.

- Как се движи портфейлът ипотечни кредити на Пощенска банка?

- Съумяхме да предложим интересни продукти на пазара, с добавена стойност за клиента, което доведе до ръст на бизне-



са ни. За първото тримесечие на 2013 г. отчитаме повишение от над 25% на подадените заявления за кредити и усвоените заеми. Инициативите, които подготвяме, индивидуалният подход към клиентите и новите продукти, които ще предложим, ще продължат да подкрепят този ръст. Портфейлът е стабилен, но трябва да си даваме сметка, че сме в посткризисни времена и рискът все още е повишен. Като цяло съм оптимист за новия бизнес и очаквам стабилен ръст за 2013 г.

- Какви са успешните похвати за продажбата на ипотечни заеми?

- Първо трябва да предложиш продукт, който дава добавена стойност за клиента и максимална гъвкавост. Вече не е достатъчно да се намали лихвата или да се премахне определена такса, защото потребителите са финансово по-грамотни и търсят гъвкавостта и индиви-

дуално отношение.

Сега търсим най-добрите комбинации и варианти за клиента, докато преди ситуацията беше „клиентът ще се съобрази с нас”.

Няма обособени подходи, защото и тук пазарът е водещ. Клиентът поставяме на първо място, той знае какво иска и е много по-грамотен финансово. Ако банката иска да е на пазара, е длъжна да се съобразява с това и да предложи адекватно решение. Имаме специализирана мрежа от над 100 експерти в клоновете, които консултират само за жилищни кредити, търсят най-подходящия вариант за всеки клиент и му съдействат през целия процес на кредитиране.

Допълнително стартирахме и онлайн комуникация, защото знаем, че хората са в мрежата. Фокусираме се в интернет базираните услуги, защото този подход е в интерес и на клиен-

та, и на банката.

- Какъв е вашият съвет към клиентите, които искат да купят имот с ипотечен кредит?

- Да следват желанията си и да си живеят живота. Кризи е имало и винаги ще има. Ако оставиш живота за след 15 години, може да се окаже, че си изтървал добрите моменти.

- Прогнозите в началото на годината вещаеха исторически най-ниските нива на ГПР по тези продукти. Ще се сбъднат ли тези очаквания?


- Хубаво е, че активността на банките доведе до това някои от кредитите в лева да са с по-добри условия от годините преди кризата. Все още не са се сбъднали прогнозите за исторически най-ниските нива на ГПР (годишен процент на разходите), но това е възможно да стане и то съвсем скоро.

Оттук нататък не може да се очаква сериозен спад на лихвите. Да, ще има отделни промоции, но вече стигнахме дъното. Все пак банките продължават да плащат много добри лихви по депозитите на гражданите.

- Колко са „лошите” ипотечки в портфейла на Пощенска банка?

- Нашият портфейл по нищо не се отличава от този на статистически голяма банка в България. Продължаваме да сме активни по отношение на реструктурирането на заемите, предлагайки възможности за стабилизиране на експозицията.

- Каква е прогнозата ви за пазара на ипотечни кредити в оставащите месеци от 2013 г.?

- Очаквам да се раздвижи както имотният пазар, така и на отпуснатите ипотечни кредити. Очаква ни една по-добра година. Вече има видимо раздвижване, което ще продължи и до края на 2013 г. Кризата отшумява и според мен сме близо до нейния финал. 

СИАНА СЕВОВА

Удобство, гостоприемство, традиции и едни върхове с бели шапки, които се спускат към зелените поляни. Това е Банско. Банско е магнетът, който привлича скиори и сноубордисти, но Банско е и летвата, която се вдига все по-високо пред туристическия бизнес у нас. Затова една от най-бързо развиващите се медии у нас – порталът на общините Kmeta.bg, избра да стартира своя конкурс „Най-добър хотел“ именно от този град.

„Заставам изцяло зад конкурса, но държа той да е честен“, с тези думи кметът на Банско Георги Икономов стана патрон на състезанието. Всъщност той подкрепи конкурса и gave егидата на общината, когато се увери, че нагпреварата наистина е обективна и коректна. Участниците имаха възможност да представят на специалната интернет платформа всичко, което би накарало клиентите да се връщат отново и отново при тях – комфорт, лобезност, кулинарни удоволствия и допълнителни услуги.

Класацията на хотелите направиха техните клиенти, защото подреждането се осъществяваше с гласуване в интернет. Всеки, който има впечатления



Кметът на Банско Георги Икономов връчи наградата за най-добър хотел 5 звезди на управителя на „Кемпински хотел Гранд Арена“ Атанасиос Манос

ЗВЕЗДНИ

Читателите избраха най-добрите хотели в Банско в първото издание на конкурса на портала Kmeta.bg

от обслужването и от продукта, който се предлага, можеше да кликне за своя избраник и да го тласне напред. Оценките се даваха в три категории – за хотели три, четири и пет звезди. В нагпреварата се включиха над 90 хотела на територията на Банско. Гласуването продъл-

жи един месец /от 20 март до 20 април/, а конкуренцията бе изключително оспорвана. Над 14 хиляди читатели дадоха гласа си в сайта на www.kmeta.bg, а намерението на организаторите е конкурсът да обхване и други курорти в бъдеще.

Финалната церемония по



Браншът оцени конкурса като полезен за конкуренцията и настоя той да продължи да се провежда в Банско

Догодина ще работим и през лятото

ДЕНИЦА ПАНОВА,
генерален мениджър на хотел „Уникато“,
1-во място в категорията „3 звезди“

Конкурсът е много полезен, защото е показателен за това, как сме си свършили работата през изминалия, а и през предходните сезони. Той ни дава знак дали сме поддържали нивото, което се очаква от нас. Радваме се, че клиентите са ни дали първо място в категорията хотели с три звезди. Плановите ни са хотелът да е отворен и през летния сезон, надяваме се това да се случи през следващата година и ще положим усилия за това.

Със съдействието на:





Председателят на БХРА Благой Рагин поздравява генералния мениджър на „Апартхотел Лъки Банско“ Петър Поповски за първото място в категория „4 звезди“

НАГРАДИ

награждаването събра професионалистите в бранша – хотелиери и ресторантьори, а техните агитки от приятели и членове на персонала, аплодираха призьорите. Кметът и неговите заместници също приветстваха наградените, защото общината и туристическият бранш не могат един без друг на това място. На купона в Торжествената зала на Община Банско наградените и техните партньори и приятели поляха призове си с избраните вина на изба „Братя Минкови“. Основен спонсор на събитието бе „Бела България“.

Кристални статуетки и грамоти получиха хотелите, класирали се от първо до трето място във всяка от категориите. При „състезателите“ с три звезди на първо място се класира хотел „Уникато“, „Ивкони“ стана втори, а на трето място се нареди „Eagles Nest“. Награварата сред четиризвездните се оказа най-ожесточена. Фаворит

в тази категория стана „Апартхотел Лъки Банско“. Второ и трето място съответно заеха „Хотел и СПА Астера“ и „Свети Иван Рилски“. За най-добър 5-звезден хотел в Банско беше



Гостите на церемонията са фенове на сп. „Икономика“

Туристическият бранш расте и в кризата

БЛАГОЙ РАГИН, председател на Българската хотелиерска и ресторантьорска асоциация

Подобен конкурс действа мобилизиращо на колегите в бранша, крадат се идеи, но от това печели клиентът и се повдига имиджът на общината, на региона, а и на държавата. Това е и отговорност, защото всеки хотел, който получи награда, конкуренцията започва да го гледа под лупа и той трябва да защитава наградата. А във века на интернет, когато всеки хотел си има сайт, клиентите, които четат, естествено реагират положително на всяко отличие. Това е здравословно за икономиката ни.

България много разчита на туристическия бранш, защото дори и в кризата той отбелязва ръст от 5-10%. Очевидно Господ ни е казал, че трябва да наблегнем на туризма и земеделието. Инфраструктурата ни вече е по-добра, базата ни е по-нова от тази на европейските колеги, остава само да си подобрим рекламата.

В надпревара ставаме по-добри

АТАНАСИОС МАНОС, управител на "Кемпински хотел Гранд Арена", 1-во място в категория „5 звезди“

Такива конкурси помагат много хотелиерите да стават по-добри и това рефлектира в продукта и в услугите. Конкуренцията при петзвездните хотели не е много голяма, но пък ние се състезаваме в рамките на нашата верига „Кемпин-

ски“. Би било хубаво да има повече конкуренция.

Миналото лято беше много силно за нас, през август иммахме почти 60% заетост в традиционния месец на отпуските, но и благодарение на фестивалите в Банско.

избран „Кемпински хотел Гранд Арена“, който през цялото време водеше с няколко гласа на „Премиер Лъкшъри Маунтин Ризорт“, а в определени дни и конкурентът бе с „едни гърди напред“.

„Подобна надпревара е много полезна за развитието на туристическия бранш, особено когато тя се осъществява в интернет, допълни председателят на Българската асоциация на хотелиерите и ресторантьорите Благой Рагин. Според него конкурсът ще стимулира конкуренцията. „Наградата задължава притежателите ѝ да поддържат качеството и да го награждат, а класираните на по-долните места да се борят за призови-



Деница Панова, генерален мениджър на хотел „Уникато“ с приза в категория „3 звезди“

те“, допълни той.

„Да се сравним с останалите колеги и да получим стимул, който ще ни подтиква да разнообразяваме и да подобряваме нашия продукт, ето това ни даде конкурсът. В този смисъл той

е изключително полезен“, коментира и генералният мениджър на „Апартхотел Лъки Банско“ Петър Поповски, който спечели първо място сред четиризвездните хотели.

Кметът Георги Икономов пък бе категоричен, че конкурсът трябва да има и догодина, защото градът е център на планинския туризъм. Той подчерта, че следващата надпревара ще е в разгара на зимния сезон, за да могат повече хора да се включат в гласуването.



Вечерта донесе много награди и позитивно настроение

Развиваме се, за да сме винаги първи

ПЕТЪР ПОПОВСКИ,
генерален мениджър на
„Апартхотел Лъки Банско“,
първо място в категория
„4 звезди“

Трябва да има повече такива инициативи, защото туризмът ни е основният икономически отрасъл. Курорт като Банско има страхотен потенциал и той все повече ще се развива. Вече отбелязваме скок не само през зимата, когато традиционно хотелите са пълни, но и през лятото. Ние непрекъснато имаме идеи за развитие на нашия продукт, въвеждаме иновации, провеждаме обучения, защото ако стоим на едно място, веднага ще се появят конкуренти, които ще ни изместят. А ние искаме винаги да сме водещи и да защитаваме награда като тази, която получихме – първата в категорията.

Конкурсът трябва да продължи в годините

ГЕОРГИ ИКОНОМОВ,
кмет на Банско

Конкурсът има голям потенциал. За пръв път се прави в подобен формат, и то на национално ниво. Досега са се правили подобни конкурси само на местно ниво. Сега хората гласуват за три, четири и пет звезди, но може да се мисли и за развитие. Ние ще партнираме и ще се радваме да си партнираме и занапред конкурсът за зимните курорти да остане в община

Банско. Хубаво е, че технологията вече е изчистена – гласува се само веднъж от един акаунт. Препоръката ми е все пак да се прави в сезона, когато всички хотели работят на пълна пара. Тогава хората ще имат наблюдения и от лятото. Вече през юли и август правим заетост като през март. Този конкурс трябва да продължи, защото в него, като независим, има голяма реклама и тя трябва да се използва. Ползата е за спечелилите, за общината и за туризма.

Марияна Петрова, маркетинг мениджър на „Апартхотел Лъки Банско“:

Зимният курорт примамва с летни предложения

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

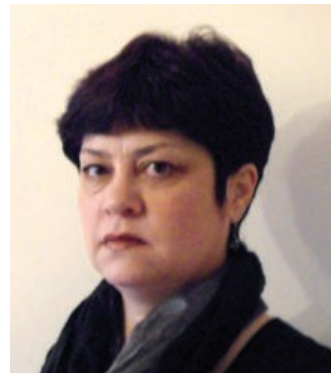
Българският турист е важен за нас и за него се грижим целогодишно. Резултатите показват, че кризата не е пречка госта български семейства да ни гостуват и през високия зимен сезон. Привличаме най-вече с качествената продукция. За да сме на ниво, непрекъснато проучваме най-новите тенденции. Гостите ценят комфорта, персоналното внимание и грижа. И тъй като това не е просто клише, а реалност, именно отношението към гостите е един от най-важните критерии, по които се оценява работата на всеки служител. Анкетите сред нашите клиенти много ни помагат при изясняване на техния профил, те ни насочват и към най-новото в изискванията им.

Друг важен фактор за поддържането на емоционалната привързаност към продукта „ЛъкиБанско“, безусловно са предложенията „в десетката“ на интереса. Програмата за отслабване и релакс „ЛъкиФит“ има огромен успех - създадена преди 5 години, тя продължава да се развива. От година обираме овациите с Международен детски лагер за езиково обучение в България „ЛъкиКидс“. От 15 юни стартира вторият му сезон, но нетърпеливи родители отдавна звънят с въпроси. По отношение на инфраструктурата

– миналата година, със собствен капитал, беше направена най-красивата детска площадка не само за малките гости на хотела, но и за децата на Банско. През лятото ще започне изграждането на външен ресторант, който ще е част от цялостен комплекс за забавление с външен басейн за възрастни и деца.

Конкуренцията в Банско е огромна. Част от хотелите водят самоубийствена политика на ниски цени. Това срива качеството и в дългосрочен план ги довежда до абсолютни финансови сътресения. Но в Банско има госта качествени хотели, с които сме в надпревара. Това държи сетивността ни будна и ни кара да сме иновативни. Ако има нещо, което да пречи на развитието на туризма в този курорт, това са опаските на ски лифта. През зимата туристите обикновено идват да карат ски и за тях не е достатъчно хотелът да е перфектен. Затова община Банско трябва да бъде подкрепена в усилията пред държавните институции. Има ли бизнес, ще има повече работни места, а и повече приходи в хазната. Когато похоят към природата е разумен, тя не би загубила нищо от очарованието си.

Изминалият зимен сезон 2012/2013 беше труден, но успешен за „Апартхотел Лъки Банско“. За пореден път хотелът отчита ръст в броя на туристите за зимата



от 6%, като приходите са с 11% повече. Най-значително е увеличението на туристите от Русия – над 60%, и Румъния – над 16%. Хотелът се радва на традиционно силно присъствие на гости от Англия, Македония и Гърция. Отчитаме и осезаемо увеличение на туристите от Турция, Израел и Франция. Присъствието на гости от различни страни е условие за устойчивото развитие на всеки хотел. В днешните кризисни времена диверсификацията на риска е важен елемент на бизнеса. След срива на гръцкия пазар, Турция се оказва изключителна възможност да се запълни вакуумът. Проблемът с туристическите визи за нейните граждани обаче е много сериозен и ако държавата не се намеси с решение за облекчен визов режим за турските туристи, загубата за бизнеса ще е реална.

Банско привлича целогодишно с природните си гадености и хотелската база. Общината полага големи усилия, за да създаде модерен облик на града. Инициативите са многобройни – джаз и оперни фестивали, театрално лято, кулинарни изложби, фолклорни вечери, инициативи за деца, кукерски маскаради. В Банско обаче не бива повече да се строи. Задачата в момента е изградените хотели да дават качествена услуга. Кризата е реалност, но чрез професионализъм, постоянство и иновативност мисля, че можем да постигнем още много.



И замирисва

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

България е на 50-о място сред 140 държави по конкурентоспособност на туристическия отрасъл, сочат данните на Световния икономически форум за 2013 г. Преди нас в класацията са съседните туристически дестинации Турция, Гърция, Кипър, Хърватия. Страната е загубила две места в класацията за последните две години, като основните причини за това са намаление на някои от оценките, включително и за ценови условия. Да не казваме „Драма голяма“, защото зимният туризъм отчете ръст. Курортът Пампорово например закри сезона с 30% повече туристи спрямо

година по-рано. Тези хора едва ли щяха да изберат български курорт, ако бяха чели българските форуми, тъй като от тях лъха много негативизъм за туризма у нас. Това не само не му помага да стане по-добър, а води до отлив на български клиенти, които вместо да подкрепят родната икономика, отиват да почиват в чужбина. Явно този сектор трябва

да обърне повече внимание на вътрешния пазар

и да се откаже от високомерието към българските клиенти.

Ето какво отчете Националният статистически институт:

През февруари 2013 г. в страната са функционирали 1834 средства за подслон и места за настаняване с над 10 легла - хотели, мотели, къмпинги, хижи и други места за краткосрочно настаняване. Броят на стаите в тях е 52.5 хил., а на леглата - 104.8 хиляди. В сравнение с февруари 2012 г. общият брой на средствата за подслон и места за настаняване се увеличава с 9.1%, а на леглата в тях - с 2.7%. Общият брой на нощувките във всички средства за подслон и места за настаняване през февруари 2013 г. възлиза на 667.3 хил., или с 16.5% повече в сравнение със същия месец на предходната година. Приходите от нощувки достигат 30.5 млн.



НА МОРЕ

лв. и са с 10.4% повече в сравнение с февруари 2012 г. Тези данни дават оптимизъм, че туризмът като сектор се засилва. Успехът не е пропорционално за всички, по-добър резултат, разбира се, постигат онези, които имат печеливша стратегия за работа с клиентите.

Лятото вече се задава и очакванията са за успешен туристически сезон. „Ранните записвания показват

силен интерес от страна на руските туристи

и малко по-слаб от германци, холандци, британци и румънци. Има вероятност италианците

да са поне два пъти повече от миналата година. Традиционно те ходеха в Тунис, но сега откриха предимствата на Българското Черноморие. Тази година ще има чартърни полети дори от Сардиния, перлата на Италия, за летен туризъм”, разказва Калин Драганов, съсобственик на „Профи турс” и член на УС на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти. Тенденцията е заради кризата записванията да стават по-късно, руснаците обаче обръщат този тренд - те предпочитат ранните резервации, за да са сигурни, че са си гарантирали почивка на добра цена. Основно се търси Слънчев бряг,

колкото и да се говори, че комплексът е презастроен. Във форумите ще прочетете, че се е превърнал в крайбрежен побратим на столичния кв. „Люлин”, но младите го предпочитат, защото идват тук, за да се забавляват. „Няма лоши туристи, младежите харчат повече, което ги прави желани туристи. В един момент те остаряват и пак се връщат тук заради добрите спомени”, уверява Калин Драганов. Има и петзвездни хотели по морето, но основният поток се интересува от атрактивната цена на офертата и възможностите за повече забавления. Намаленията и промоциите продължават да привличат гости.

Туризмът е секторът, в който има растеж, и в момента той носи най-много живи пари

„Съотношението цена – качество е решаващо за туристите да предпочетат почивка в България.

Най-търсени са офертите за ол инклузив

по Южното Черноморие. Там има много нови хотели, предлагането е голямо и много повече туристи може да бъдат настанени. Към България се насочва ниската част на средната класа”, показват наблюденията на Галин Георгиев, собственик и управител на туристическата агенция „Солвекс”. Според него трябва по-висока класа продукт, за да се привличат по-платежоспособни туристи. Българите летуват у нас и по света, семействата с малки деца предпочитат почивка на родна земя. Записванията за чужбина също вървят добре. За голяма част от хората психологическата граница за подобен разход, наложена от финансовите възможности, е 500-600 лв. на човек.

„България се оформи като добра дестинация за средната категория туристи. Нямаме нито хотели, нито инфраструктура, нито пък реклама, за да се целим в по-платежоспособна аудитория. За да е възможно това, е нужен груг тип хотелска база и много лукс, тогава може да се канят звезди като Силвестър Сталоун, които безплатно да почиват тук, а после да разказват – коментира Калин Драганов. - Смята се, че от



големите богаташи може да се печели много. Тази клиентела обаче е трудна, тя е и твърде капризна. Сега България е позиционирана в нишата за средната класа и малко под нея, от която се печели сравнително добре.” Съотношението цена-качество у нас е балансирано. Хотелите са нови, базата не е амортизирана. Идете в Италия и ще видите госта по-лошо обслужване на госта по-висока цена, казва още Драганов. Неговата туристическа агенция подбира хубави хотели за българските им клиенти, които избират района на Средиземноморието, но ги предупреждава, че за същите пари у нас ще получат много повече екстри. Според него

най-големият мит

е, че България е евтина дестинация. В Испания и Турция има редица предложения на госта по-ниски

цени, но и хотелите са в галеч по-лошо състояние. Цените у нас не са чак толкова ниски, но нека не се забравя, че всичко струва пари и целта на туризма е да печели, а не просто да отчита ръст на туристите.

За българския туризъм трябва да се говори и пише само положително, твърдят хора от бранша. Това е секторът, който в момента носи най-много живи пари. Дори министри на икономиката се шегуват, че туризмът се развива добре въпреки усилията на гържавата. От нея хората в бранша очакват не толкова да им помага, колкото да не им пречи с бюрокрация и създаване на трудности и бариери. Бумашината, от която гържавата така и не се отказа, спъва туристическия бизнес и в стремежа за пълен контрол административната принуда насила тласка сектора към сивата зона. От бранша твърдят, че туристическият бизнес





Бизнесът край морето процъфтява в активния сезон

коректно би плащал данъците си, стига да вижда, че държавата се грижи добре за всичко, което е неин ангажимент. Тези, които се хвалят, че близо 99% от българския туризъм е в частни ръце, настояват държавата да прави повече реклама на предимствата на туризма в България. Бюджетът за реклама на нашата страна като туристическа дестинация е едва 20 млн. лв., а Турция заделя около 1 млрд. евро годишно. От туристическия сектор твърдят, че

то кризата се окажа тест дали инвеститорите наистина добре са направили всички сметки. Ще има и противници на това искане, които смятат, че няма начин да няма начин точно те да направят хотел, който да намери своята пазарна ниша. Собствениците на незавършени хотели трябва да бъдат задължени или да ги завършат в определен срок, или да ги съборят. Но държавата предпочита да не се вглежда в този проблем, тъй като инвестиционният натиск е много голям.

Цифрите показват, че туризмът у нас продължава да има растеж. Конкуренцията се ожесточи, много от хотелите намират спасение в свиване на цените, но това не им носи дългосрочно решение. В Банско има леглова база за над 20 хил. туристи, а капацитетът на лифтовете вече не отговаря на огромната хотелска база. И все пак този курорт е пример как умелата реклама привлича туристи от цял свят, въпреки че цялостната инфраструктура не е съобразена с такъв поток от хора. Тази зима само един от всеки десет туристи в Банско беше българин. В крайна сметка добрият маркетинг дава резултат. Проблем за повечето зимни курорти е да намерят възможности целогодишно да привличат туристи. Банско качва летвата и в това отношение. Туристите не търсят само приключения на море, защото планинската прохлада през лятото е възможност за истински релакс. Въпросът е хотелиерите да намерят лятната формула за привличане на достатъчно клиенти, за да не живеят само един сезон и да затварят.

Само допреди няколко години повечето инвеститори мислеха, че построяването на хотел е най-трудната част от задачата. Вече няма илюзии, че управлението на хотела е далеч по-сложната част на уравнението, в което професионализмът във „всекидневната аритметика“ е решаващ.



Всеки лев, вложен в реклама, се връща десетократно

Но обикновено имат предвид парите, които държавата дава.

Бизнесът очаква съдействие за подобряване на инфраструктурата, която е съществена част за развитието на туризма. Презастрояването не е чак толкова страшно, както отблъскващо е недовършеното строителство. Време е да се спре с изграждането на нови хотели, смятат мнозина. Създадена е огромна база, а много хотели чакат своя нов собственик, защото



Руските туристи ще са най-многобройни

Нели Сандайска, председател на Съвета на директорите на „Бороспорт“:

В туризма няма почивен ден

Боровец изпрати рекордно дълъг зимен сезон. Най-запалените любители на скиите и сноуборда се спуснаха за последно в края на април. Зимата беше успешна за „Бороспорт“ и заради благоприятните метеорологични условия, но и заради модерните съоръжения за поддържане на пистите. Всичко това, съчетано с разнообразните пакети с привлекателни цени, даде резултат.

Анализът показва, че Боровец продължава да привлича нарастващ брой български туристи – увеличението е с 5%. Стабилен ръст от около 10% има и на гостите от всички балкански страни, както от Русия и от средноевропейския пазар. Делът на английските и ирландските ваканционни групи остава непроменен.

Интересната тенденция при българските туристи, които заемат около 35% дял, е стабилният ръст на посещенията на млади хора на възраст между 12 и 25 години. Те стават най-бързо растящата група в демографския микс на курорта с 56% увеличение на посещенията през последните три години. Това вероятно се дължи на специалните програми и състезания на курорта с цел привличане на ученици, студенти и младежи.

Курортът Боровец работи без почивен ден и е на разположение целогодишно. Започнахме подготовка за летния сезон и продължаваме да развиваме нашата лятна програма, която включва планински турове, маунтин байк парк с ново фамилно трасе, джип сафари, въжен град, детски клуб „Боролан-

гия“ и много групи приключения за малки и големи.

През 2010 г. създадохме Боровец маунтин байк парк, който предостава наг 20 км маркирани трасета с различни нива на трудност, подходящи както за начинаещи, така и за напреднали. Предлагат се няколко разнообразни по дължина и трудност маршрути, съобразени с предпочитанията и уменията на гостите. Гордостта на парка е трасето „гаунхил“, оборудвано с множество съоръжения за екстремни усещания и е годно за провеждане на състезание на световно ниво.

За нуждите на Боровец маунтин байк, както и за всички туристи, привлечени от красотата на Рила, през летния сезон работи и специално оборудваният лифт „Ситняково Експрес“, който качва нашите гости за по-малко от 12 минути до старта на техния незабравим ден в планината. Рила планина е подходяща и за off road турове. Разнообразните маршрути включват транспорт и квалифициран водач. Конната база разполага със специално обучени коне и понита.

Лятната програма на курортен комплекс Боровец включва богат избор от фирмени тимбилдинг игри и забавления на открито – спортен риболов, стрелба с лък, минифутбол, волейбол, бадминтон, стрийтбол, диск-гольф. Законът



за туризма трябва да създава подходящи условия за работа. Добрата страна е, че при промените по-ясно бе определена ролята и отговорността на туроператорите, като се завиши лимитът на отговорност при застраховките. Законът обаче не отговаря в пълна степен на новите икономически реалности. Все още сме на етап налагане на правила за работа, а не как този бизнес да стане приоритетен отрасъл. Изключително важно е да се изработи ясна и неподлежаща на тълкуване подзаконова нормативна уредба, тъй като в по-голямата си част законът препраща към правилници и наредби.

Най-важната роля на държавата е в контрола. Така бизнесът ще спазва правилата за предоставяне на качествени услуги, а потребителите ще се чувстват защитени.

Браншът – силни и слаби страни

- + огромен потенциал и ресурс за туризъм
- + баланс „цена - качество“
- + добро ниво на учебните заведения
- + добри възможности за инвестиции

- + нискобюджетна гестинация
- неусвоени ресурси за културен, спа, еко и алтернативен туризъм
- малка добавена стойност и ниска ефективност
- недовре развита ту-

- ристическа и инженерна инфраструктура
- огромно предлагане с неправилна териториална структура, което води до спад и ограничаване естествения ръст на цените

Не всички СУХО очи са еднакви, но всички сухи очи се нуждаят от защита¹

Синдромът СУХО ОКО е мултифакторно заболяване, водещо до нестабилност на слъзния филм, увреждане и възпаление на очната повърхност, усещане за дискомфорт и влошаване на зрението. Парене, „лясък“, дразнене, болка и усещане за чуждо тяло в окото/очите: тези симптоми могат да бъдат резултат от недостатъчно овлажняване и лубрикиране (смазване) на очната повърхност. Не съществува лечение на заболяването СУХО ОКО, но симптомите могат да бъдат облекчени с използването на овлажняващи капки за очи, каквито са продуктите от фамилия SYSTANE®.

Systane® Фамилия

Вашият избор при Сухо око



Systane® ULTRA

ОВЛАЖНЯВАЩИ КАПКИ ЗА ОЧИ

SYSTANE® ULTRA овлажняващи капки за очи – осигурява временно облекчение на паренето и дразненето в очите, причинени от сухота. Може да се използват и за ежедневно овлажняване на контактни лещи за еднократна, и многократна употреба.



Systane® GEL DROPS

LUBRICANT EYE GEL

SYSTANE® GEL DROPS овлажняващ гел за очи е подходящ за употреба през деня и през нощта и осигурява облекчение на симптомите при умерена и тежка степен на сухо око. Специално създаден с цел да овлажнява и възстановява очната повърхност, предпазвайки я от допълнително увреждане.

SYSTANE® ULTRA, SYSTANE® GEL, SYSTANE® BALANCE могат да се използват толкова често, колкото е необходимо през целия ден. Медицински изделия. Отпускат се без рецепта в аптеките.



Systane® BALANCE

ОВЛАЖНЯВАЩИ КАПКИ ЗА ОЧИ

SYSTANE® BALANCE овлажняващи капки за терапия на сухо око – специално създадени за пациенти с дисфункция на Мейбомиевите жлези. Продуктът възстановява липидния слой и естествените характеристики на слъзния филм.



Systane™ VITAMIN

Omega-3 Supplement

SYSTANE® ВИТАМИНИ с омега-3 мастни киселини от високо рафинирано рибено масло за здрава очна повърхност и витамин Е, който допринася за защитата на клетките от оксидативен стрес.^{2,3} Systane витамини използват специална чревна “софтгел” технология, която не води до неприятния вкус след употреба на хранителни добавки с Омега-3 мастни киселини. Удобни за приложение – по две меки капсули дневно.

Хранителна добавка – не трябва да се използва като заместител на добре балансираното и разнообразно хранене.

Alcon®

a Novartis company

За повече информация:
АЛКОН България ЕООД
София 1505, Сердика Център
бул. „Ситняково“ 48, ет. 8
тел. 02/950 15 65, факс 02/954 97 55

References: 1. Lemp MA, Foulks GN. The definition & classification of dry eye disease: guidelines from the 2007 International Dry Eye Workshop. Tear Film & Ocular Society. <http://www.tearfilm.org/pdfs/OM%20%20Definition%20%20Classification.pdf>. Published April 2008. Accessed December 3, 2010. 2. Macsai MS. The role of omega-3 dietary supplementation in blepharitis and meibomian gland dysfunction (an AOS thesis). Trans Am Ophthalmol Soc. 2008; 106:336-356. 3. Wojtowicz JC, Butovich I, Uchiyama E, Aronowicz J, Agee S, McCulley JP. Pilot, prospective, randomized, double-masked, placebo-controlled clinical trial of an omega-3 supplement for dry eye. Cornea. 2011;30(3):308-314.

Ph-040/2/2013

Летище до Търново ще съживи цяла Северна България



Очакваме поне 15% ръст на туристите през 2013-а, казва кметът на старопрестолния град Даниел Панов

ИВАН ИВАНОВ

- Г-н Панов, как се справя община Велико Търново финансово?

- Бюджетът ни е стабилен, балансиран и гарантира устойчивото развитие на общината и на общността в тези нелеки времена. Бизнесът се справя относително добре. Безработицата в града и региона е около 7% и е значително по-ниска от средната за страната. Забелязва се активизиране на инвеститорския интерес в ключови за града и региона сектори. Значително финансиране Велико Търново получава и чрез реализирането на множество проекти и програми.

Велико Търново има най-високият кредитен рейтинг, който е по-висок от този на България. Доверието от страна на инвеститорите и представителите на бизнеса е стабилно и се развива във възходяща посока.

- По какви европейски проекти ще работите през тази и следващата година? Ще стане ли градът европейска столица на културата през 2019 г.?

- Изцяло и успешно приключи проект за 4,5 млн. лв. по Оперативна програма „Регионално развитие“ „Подобряване на градската среда“. В рамките на този проект успяхме да реновираме всички градски паркове. Превърнахме ги в зелени оазиси в градската среда и в още по-обичано и харесвано място за отпих, културни и социални проекти.

Пред окончателно приключване сме на проект за 6,5 млн. лв. „Подобряване на туристическите атракции

и свързаната с тях инфраструктура“. По него изградихме първия на Балканския полуостров Мултимедиян посетителски център „Царевград Търнов“, за пръв път от половин век реконструирахме цялостно площада в подножието на крепостта „Царевец“, ремонтирахме цялостно Владишкия мост, извършиха се реставрационни и консервационни дейности по средновековната църква „Св. св.Петър и Павел“ и манастира „Св. Иван Рилски“, монтирахме липсващото от години устройство за червен лазер в рамките на уникалния аудио-визуален спектакъл „Царевград Търнов – звук и светлина“.

В момента усилено работим по първи етап от проект за 42 млн. лв. за подобряване състоянието на ВиК инфраструктурата. Използвам възможността да благодаря на всички мои съграждани и на гостите ни от цял свят за разбирането, което проявяват при преодоляването на временните неудобства, неизбежно изникващи при реализирането на такъв мащабен инфраструктурен проект.

Работим по проект на министерство на културата за изграждането на първия фуникуляр (специална зъбчата железница) в България, който ще качва на Трапезица по един незабравим и възбудяващ начин туристите от подножието на хълма към разкриващата се невооръжано красива гледка.

Предстои ни работа по проект за подобряване на градската среда, финансиран с близо 10 млн. лв.

Кандидатурата ни за Европейска столица на културата е един изключително важен, визионерски и креативен проект! Аз и екипът, който работи по кандидатурата ни, сме убедени, че Велико Търново е най-достойният български град и най-естественният и добър избор за Европейска столица на културата след шест години.

Списание „Икономика“ стартира съвместна рубрика с портала на българските общини www.kmeta.bg. В нея представяме успешните примери за развитие на регионите у нас, за решаването на градски проблеми, за облагородяването на жизнената среда на българите, която започва от всеки град и село. Гост в поредното издание на рубриката е Даниел Панов, кмет на община Велико Търново.

Убеден съм, че чрез тази кандидатура ще покажем на европейските институции и на творците на Европа, че Велико Търново е престижно, атрактивно и интересно място за планиране, организиране и провеждане на ключови европейски културни, образователни, туристически и социални събития и проекти.

- Ще успеят ли изпълнителите на водния проект да приключат в срок, за да не се стигне до финансови санкции?

- На една от последните ни работни срещи разпоредих да се премине на двусменен режим на работа. Виждам, че отпогава нещата вървят чувствително по-добре. Мобилизирани са много хора и техника, работи се усилено. Велико Търново е особено специфичен град, особено за реализацията на такъв мащабен проект. Въпреки обективните затруднения сме създали възможно най-добрата организация и въпреки първоначалното забавяне съм убеден, че ще успеем да се справим със сроковете, които са заложили по проекта.

Надявам се в срок да успеем да възстановим и уличните настилки след реализацията на проекта. Велико Търново ще има привилегиата да бъде сред малкото български градове, които получиха допълнително финансиране и след края на проекта ще имат изцяло преасфалтирани улици там, където вече са положени новите ВиК съоръжения.

- Как Старата столица ще посрещне туристите през новия сезон?

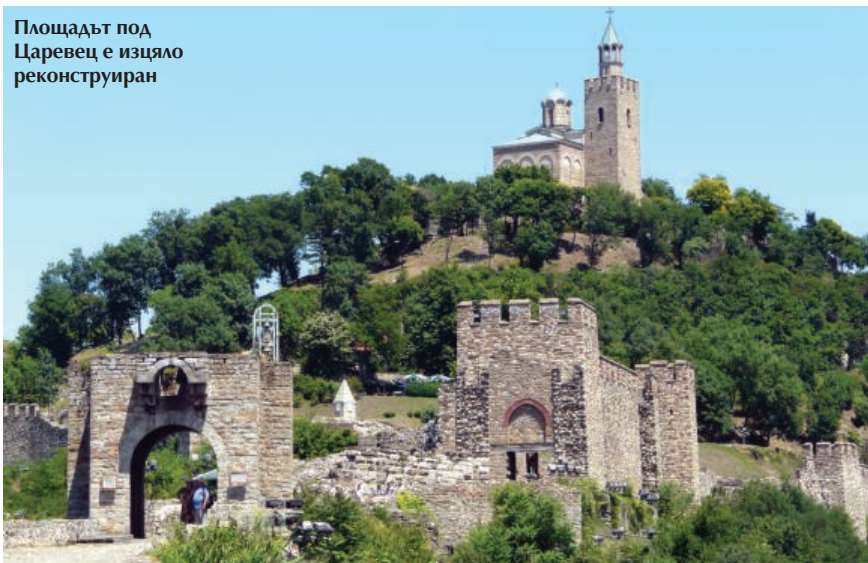
- Туризмът е една от основните индустрии на града. Въпреки продължаващата криза за 2012 г. имаме ръст на туристическия поток от около 10%. През тази година очакванията ни са за ръст от поне 15%. Новите туристически атракции, уникалните ни спектакли, фестивали, уникалното ни културно-историческо наследство, богатият културен календар и прекрасната ни природа привличат все повече туристи от страната и цял свят.

На откритото наскоро 10-о издание на международно изложение „Културен туризъм“ имах възможност да спомена, че туристите, посетили Велико Търново през първите 3 месеца на тази година, са два пъти повече от

туристите през 2012 година.

Ще посрещнем туристите с още по-добра обществена и туристическа инфраструктура. Ще продължим да обогатяваме и разнообразяваме начините, по които гостите, посетили Велико Търново, могат да се забавляват и да получат най-добрите условия за почивка и развлечение. Работим по подобряване качеството на туристическия ни продукт, по подобряване качеството на услугите и логистиката.

Площадът под Царевец е изцяло реконструиран



- Какво ще стане с терена на Старото Военно училище, ще работи ли летище Горна Оряховица?


- Теренът на Старото военно училище е уникална възможност Велико Търново да получи липсващата на града пешеходна зона. Заради спецификата на града Старата столица няма обществено пространство, което да позволява в свободното си време, в почивни и празнични дни хората да излязат и спокойно да се разхождат със семейства, приятелите и гостите си. Моето дълбоко убеждение е, че теренът на Старото военно училище трябва да бъде проектиран и устроен така, че да се превърне в пространство с обществено предназначение и функции. Категорично съм против на това пространство да се проектират и строят жилищни сгради. Предвиждам да проведем множество дискусии и обсъждания както сред професионалистите в урбанистиката, архитектурата и строителството, така и с множе-

ство граждани и неправителствени организации, за да чуем и техните мнения и становища.

Съвместно с кмета на община Горна Оряховица работим по презентирането на летището като много добра възможност за стратегическа инвестиция. Възстановяване дейността на летището ще има огромен позитивен ефект не само за Велико Търново, за Горна Оряховица, но и за региона и за цяла Северна

България. Индустриите, туризмът, услугите, транспортът, логистиката ще получат огромни възможности за развитие и растеж.

- Кога ще дойдат нови чужди инвеститори със свежи идеи и пари и във В. Търново?

- Наблюдава се устойчив процес на засилване интереса към инвестиране във Велико Търново и региона. Имам множество предварителни срещи и разговори, в които представители на големи компании заявяват интерес към инвестиции в областта на туризма, услугите, търговията, добива на електрическа енергия, добива и пречистването на вода, хранително-вкусовата и преработващите индустрии. Най-много ме радва засиленият интерес от страна на високотехнологични компании. Тези индустрии създават висока добавена стойност, наемат високообразовани специалисти, осигуряват добри доходи и проявяват социална и екологична корпоративна отговорност. 

11 СВОБОДНИ ЗОНИ В МАКЕДОНИЯ ЧАКАТ БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС

Пристанище Бургас е ключово за износа към съседката ни, казва Кирил Пендев, председател на Надзорния съвет на Македонско-българската стопанска камара в Скопие

СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

- Г-н Пендев, как оценявате икономическите отношения между България и Македония?

- През 2011 г. сме постигнали пик в стокообмена между двете страни, който е в размер на 712 млн. евро, а през 2012 г. сме „отстъпили“ с 50 млн. евро. Това се дължи на икономически по-добрата 2011 г. спрямо миналата година. Заради кризата през 2012 г. българският експорт за Македония се е свил с близо 15 на сто, а общият стокообмен – с 9 на сто. Ако обаче вземем за база 2006 г., то стокооборотът тогава е 400 млн. евро, което е 50 на сто ръст за м.г.

В българския износ за Македония като стойност най-голям е дялът на електроенергията, нефтените масла и масла от битуминозни материали – около 15 на сто, на други нефтопродукти, черни метали и чугун. Следват стоки като кабели, пластмаси и органични съединения, дървесни плоскости и изделия от дърво, включително мебели, азотни торове, царевича, слънчогледово масло. От стоките с висока степен на преработка преобладава експортът на медицински инструменти, релета и прекъсвачи,



Кирил Пендев е роден в Благоевград. Магистър по финанси и кредит от Стопанската академия в Свищов. Вече 33 години работи в банковата система, от които 11 г. като главен изпълнителен директор на смесената Българо-македонска „Балканска банка Скопие“ (сега УНИБанка). Учредител и председател на Надзорния съвет на Македонско-българската стопанска камара в Скопие. През последните 3 г. е изпълнителен директор на Токуда банк София.

резервни части за транспортни средства.

От Македония най-много внасяме оловни, медни и цинкови руди и концентрати, което представлява 30 на сто от целия внос от там, плосковалцувани черни метали, метални и пластмасови тръби, феросплави, мед и алуминий, метални пръти и проводници, строителни материали, тютюн, плодове

и зеленчуци. Искам да подчертая още, че административните пречки за успешното развитие на търговския обмен между двете държави вече са минало.

- В кои сфери българските фирми предпочитат да инвестират в Македония?

- Ние май нямаме представа колко много са нараснали българските инвестиции в Македония!



ИЛИЯНА КИРИЛОВА



МАКЕДОНСКО-БУГАРСКА СТОПАНСКА КОМОРА

БИЗНЕС БЕЗ ГРАНИЦИ

За камарата

Българо-македонската търговска камара е създадена преди 2 години и половина. През март 2013 г. неин президент стана македонският бизнесмен Зоре Темелковски. В нея участват 60 фирми. Съвсем скоро камарата ще пусне новия си сайт, предвижда се и издаването на бюлетин

На първо място ще отбележа банковия и застрахователния сектор. Той е представен от 3 банки и 1 застрахователна компания. Централна кооперативна банка купи „Статер Банк”, като преди това в нея се вляха 3 македонски банки. „Балканска банка Скопие”, която сега се нарича УНИБанка, беше купена от Първа инвестиционна банка (ПИБ). Трета банка с малък лиценз беше купена от „Алфа Финанс Холдинг” и сега оперира под името Капитал банк. Това са 3 македонски банки от общо 17, а ако вземем предвид сливанията преди, това са реално 5-6. Освен това „Евроинс” купи мажоритарен пакет от македонската застрахователна компания „Макошпег”. Всички те представляват много сериозен дял във финансовия сек-

тор на Македония. В тях работят поне 1200 души. За ситуацията на трудовия пазар, в която се намираме, а при съседите днес безработицата надхвърля 32 на сто, това е огромно постижение.

- Кои други български капиталовложения бихте открили?

- Ние подценяваме присъствието си там, някак си задълбаваме в политическите и дори в историческите аспекти на отношенията си. Защо пренебрегваме икономиката? Това е и целта на Македонско-българската стопанска камара, която бе създадена преди 2.5 г. Бих посочил още придобиването на най-голямата агенция за охрана „СОТ161”. „Литекс-България” държи мажоритарния дял от акциите на единствения завод за производство на захар в Битоля.

„Идеал-Шунка” е друга интересна компания, която внесе технологии за прочутия български кашкавал „Балкан” и участваше с 45 на сто български капитал, създаде прекрасна фабрика, а по-късно продаде своя дял на хърватския холдинг „Дукат”.

Изброявам само мажоритарните участия на българския капитал, т.е. големи и структуроопределящи инвестиции. Много модерната фабрика за кабели в Негомино бе купена от фирма „Мега Ел” ЕООД - София. „Текс ярн” ООД –Тетово - огромен комбинат за производство на вълнени прежди – се финансира от „Свепол” АД, който е мажоритарен партньор, кредитор и основен доставчик на суровини за македонската фабрика.

Българо-френското дружество „Доверие Брико“ откри верига от магазин „Mg.Bricolage“. „Велдер Груп“ е с инвестиции в черната металургия в Македония, а „Приста ойл“ осъществява дистрибуция и търговия с моторни масла.

- А македонските капитали у нас колко са?

- Значима македонска инвестиция в България е придобиването на рафинерията за олио „Звезда“, в Долна Митрополия от фирма „Брилянт Олио“.

- Туризмът е важно перо за икономиките и на двете стра-

в Гърция бе развит най-вече от почиващите от бивша Югославия, особено курортите в Северна Гърция. През последните години нашето Черноморие е много атрактивно за македонците. Силното развитие на туризма у нас през 2010 и 2011 г. се обяснява и с отпадането на визовия режим за македонските граждани.

- Има ли интерес от български към покупката на имоти в Македония?

- Нямам информация за особен интерес. Особеност на строителството на жилища в Македония е, че съществува комунал-

бизнес форума в София договорихме няколко важни неща за България и Македония, които ще изпълним заедно с посланиците на двете страни, с участието на Българо-македонската търговска камара и Българската агенция за малки и средни предприятия. Разбрахме се още през септември да организираме бизнес форум в Скопие, където да представим възможностите за българския бизнес да инвестира в Македония. Агенцията за малки и средни предприятия ще бъде партньор на камарата и ще сподели ноу-хау за развитие на дребния бизнес в Македония. Присъствието на посланиците на двете страни и на членове на правителството на срещата ще даде знак, че бизнесът може да работи спокойно и сигурно.

Македония прави интересни презентации, т.нар. роуг-шоу, в други страни, с които фокусира вниманието върху възможностите за правене на бизнес в страната. Този формат не е правен досега в България вероятно заради това, че сме съседски страни. Ето защо и двете държави считаме, че възможностите за инвестиране в Македония не са достатъчно популяризираны у нас.

- Имате предвид свободните икономически зони, които Македония създаде?

- В Македония са създадени 11 икономически зони – активни в Скопие (2), Щип и Тетово и още 7 планирани в Прилеп, Гевгелия, Кичево, Струмица, Ранковце (близо до граничния пункт), Струга и Радовиш. Икономистите подчертават, че по-голямата част от промишленото производство през следващите години ще се осъществява в тези зони, което ще окаже положително влияние върху икономиката. Инвеститорите в тях не плащат ДДС и са освободени от данък общ доход и данък върху доходите на физическите лица за 10 г. от момента на инвестицията. Освен това чуждестранните инвеститори в зоните са изцяло освободени от плащането на 5 до 20 на сто мита за внос на стоки, суровини и оборудване. Така те на практика действат като безмитни зони. В тях единствено не може да се развива тежка индустрия. Досега с производства в македонските свободни зони са се включили



Кирил Пендев и Йордан Минов, член на УС на Македонско-българската стопанска камара в Скопие, обсъждат инициативи за подобряване на бизнеса между двете страни

ни. Как се развива този сектор?

- Така е. През м.г. близо 390 хил. македонски туристи са посетили страната ни, което ги прави 5-и по многобройност у нас. В същото време българите, които са избрали Македония като дестинация, са над 337 хил. човека, което е ръст над 16% спрямо 2011 г. Това ни нарежда на 3-о място като туристи, които избират Македония за пътуване. И тази цифра расте постоянно. Македонските скиори предпочитат да идват в Банско, туристическите агенции рекламират много Боровец и Пампорово, както и Черно море. Навремето туризмът

на такса, която се плаща при получаване на разрешителното за строеж. Тя е различна за отделните региони, най-висока е в Скопие и Охрид, и се движи от 25 до 100 евро на кв. м. Това оскъпява страшно много жилищните имоти и затова за български граждани този пазар е по-притихнал.

- Македонският посланик в България Н.Пр. Благой Ханджийски съобщи на бизнес форума през април в София, че Македония е на 3-о място в предпочитанията на българския бизнес да инвестира зад граница според проучване на БТПП.

- Точно така. По времето на

световноизвестни компании като „Джонсън Мети“, германската „Лиза Дрекселмайер“ ще се присъедини към местен партньор за производство на автомобилни части за „Мерцедес“.

- Какви големи инфраструктурни проекти се изпълняват в момента, касаещи бизнеса на двете държави?

- През България минават 631 км пътища от паневропейския коридор №8, а изградената жп част е 747 км. Единственият неизграден български участък е жп линията от гара Гюешево до българо-македонската граница, което е около 2.5 км. За завършването на проекта в Македония ще трябва 530 млн. евро. Финансирането на транспортната инфраструктура ще е един от сериозните проблеми през следващия програмен период, предупредиха вече експерти. До 2020 г. е планирано да се построят магистрала, скоростни пътища и жп линии за 8 млрд. евро, а средствата, които се очакват по линия на еврофондовете, няма да са повече от 2 млрд. евро. Специалистите смятат, че има риск от орязване на средства по оперативна програма „Транспорт“ и това ще засегне вероятно 2 стратегически не само за България, но и за региона трасета - изграждане на жп линиите Вудин - София и Рагомир - Гюешево.

През август ще започне да се работи по жп линията до Куманово. Изграждането ѝ в македонския участък Куманово - Беляковци и от Беляковци до Гюешево ще струва 44 млн. евро. Следващият участък - до Крива паланка, който е предвиден до 2015 г., ще струва около 90 млн. евро, а третият, най-трудният - до границата, е за над 100 млн. евро. Той включва и изграждането на тунела.

- Камарата има интересно бизнес предложение по един от тези проекти, споделете го?

- Единственият неизграден български участък е жп линията от гара Гюешево до българо-македонската граница, което е около 2.5 км. Защо на жп гарата, докъдето има изградена линия, но няма да пропускат влакове за Македония до 2021 г., не се направи терминал за ТИР-ове? Идеята е в Гюешево пристигащите с българските железници от пристанище Бургас стоки да

се претоварват на македонски ТИР-ове, които да ги доставят до всяка точка в Македония. Разстоянието нататък е само още 100 км. Изграждането на такъв терминал едва ли е много сложна работа. Смятам, че може да стане, ако има политическа воля и от двете страни.

- Какъв е интересът на Македония?

- Ключово пристанище за Македония става не Солун, а Бургас.

- Какво ще спечели българската държава?

- Създава работа на железниците. Само „Лукойл“ да ги използва, е

талитетът ни е същият, защо не виждаме възможностите?

- Усилията за подобряване на транспортните връзки между двете страни са видими, след като България обнови пътя от Благоевград до границата с Македония при Делчево.

- Така е, и сега трасето е доста натоварено. През зимата много македонски граждани, които пътуват за Банско, предпочитат този маршрут. Дунките са оправдани в българския участък, а македонският път е трилентов, много хубав. 200 км вече се пропътуват много по-бързо, а времето се скъ-



Фирми от България, Македония и Румъния участваха на бизнес форум в София в началото на април, организиран от Изпълнителната агенция за насърчване на малките и средните предприятия (ИАНМСП) съвместно с Балканското бюро за подпомагане на средното съсловие

добре. Това ще е изгодно на всички, може да бъде и частна инвестиция. Единственото неудобно е, че бизнесът ще е ограничен във времето - до 2021 г. Само че като гледам как 20 години строим жп линията с Македония, може да се окаже много добра инвестиция. Това е нашето предложение към бизнеса.

Македония не бива да се подценява като пазар на българските стоки. Може да е малък пазар, но е сигурен. Докато на него влизат мултинационални и големи компании и търсят този пазар, държат да присъстват на него, ние нищо не правим по въпроса. Близо ни е, езикът ни е почти същият, ман-

си чувствително.

- Ще има ли самолетна линия до Скопие скоро?

- Стана ясно, че от македонска страна вече са внесени в „Ръководство Въздушно движение“ документите за откриване на линия между Тирана, Скопие и двете ни големи морски летища - Бургас и Варна. Те ще се опитат да пуснат линията към средата на май, като тя най-вероятно ще бъде с 4 спирки - Тирана, Скопие, София и Бургас. Тя ще отговори на силния интерес, който има от всички страни, за увеличаване на туристическия и бизнес обмен. 



Вълшебните хапчета

СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

„2013-а ще е трудна за пазара на хранителните добавки. Прогнозата на IMS Health е за ръст от 3 на сто, за 2012-а очакването им за повишение на продажбите с 5 на сто се сбъдна. Не виждам откъде може да се генерира и по-голям ръст”. Това коментира Николай Костов, председател на Асоциацията на собствениците на аптеки.

„Първите индикации за тази година сочат, че при хранителните добавки отново ще има ръст, очаквам той да бъде между 6 - 8%. Не бих се наел да правя дългосрочни прогнози, най-малкото защото този пазар е много конкурентен и динамичен”, казва и Илия Пашов, изпълнителен директор на „Актавис”.

Според него през м.г. пазарът на витамини и хранителни добавки у нас се развивал с бързи темпове въпреки кризата и свиващото се потребление на стоки и услуги. „На този фон продажбите на хранителни добавки отново постигнаха ръст, по-висок от този на лекарствата с рецепта. За разлика от други години, ръстът им обаче

беше едноцифрен”, посочи Пашов.

„Факторите за ръста са много, но на този пазар значима роля играе тенденцията все повече българи да предпочитат продукти без лекарско предписание. Расте и броят на хората, които инвестират в здравето си превантивно. Това е пазар, който е много по-слабо регулиран в сравнение с пазара на лекарствата. Конкуренцията е огромна, много нови и разнообразни продукти навлизат всяка година и това също е съществен фактор за развитието на този пазар”, обяснява още изп. директор на „Актавис”.

В търговията с хранителни добавки се завъртяха около 200 млн. лв. през 2012 г., сочат данните на IMS Health.

Миксът

Според фармацевтични анализатори всеки месец се предлагат нови и нови добавки, а както фирмите, които навлизат на този пазар, така нарастват и инвестициите в него. Така се развива и потребителската култура към приема на хранителни добавки.

Пазарът на хранителни добав-

Търговията с хранителни добавки у нас достига оборот от 200 милиона лева и запазва постоянен, макар и едноцифрен ръст



ки има огромен потенциал, не е достигната точката на пресищане, всичко зависи от потребителската култура и покупателните възможности. Българският пазар може да бъде потребител на много повече добавки, смятат производителите и дистрибутори. В Русия например регистрацията на тези продукти е много по-трудна, отколкото у нас, имат силни местни производители, с традиции, но ги няма много-много на родния пазар, посочва още Николай Костов.

„Малко да се подобри стандартът на живот и продажбите веднага ще скочат, защото хората имат нужда от тях. Потребителите търсят хранителни добавки, информират се непрекъснато, те присъстват в тяхната потребителска кошница, независимо колко пари имат, тъй като здравето е много важно. Затова много добавки присъстват на пазара от много години – на „Рамкофарм“, „Буров“,

„Агифарм“ и др., както и на чуждестранните фирми”, анализира Костов.

„Нашите най-търсени продукти в тази категория са витамините и по-конкретно „Витамин С“. „ЦитроВит“ е марката на „Активис“, която от дълги години е най-продаваният „Витамин С“ на българския пазар. Друг много популярен наш продукт е „Геритамин“. Той представлява комбинация от витамини за укрепване на косата, кожата и ноктите. Много предпочитан от дамите продукт. В плановете на „Активис“ за тази година е включен пускане на няколко нови продукта от този сегмент”, разяснява още Илия Пашов.

Предпочитанията

В различните региони на света хората укрепват здравето си с многобройни добавки. Скандинавците например са фенове на рибено-

то масло, у нас са хит малиновите кетони.

Друга особеност на този пазар е силно изразената му сезонност.

В България много се разви сегментът, който предлага омега-3 мастни киселини, ленено, конопено и рибено масло. На ход сега са продуктите за отслабване, продукти срещу целулит, както и витамините. През зимата се пият добавки за подкрепа на имунитета и продукти за ставите. Много голямо е продуктово фолито, което подкрепя опорно-двигателния апарат, както и сърдечно-съдовите болести, особено тези, които намаляват холестерола. Почти през цялата година се търсят рибено масло, хитини, пектини, омега-3, които борят „лошия“ холестерол. Няма област от медицината и заболяване, за което да няма хранителна добавка, включително се предлагат и за по-лесно заспиване, а също и за успокояване, посочва



Какво купуваме най-много

1. Витамини и минерали държат първенство по продажби, а в есенно-зимния период вървят най-много мултивитамините. Пазарният им дял е 7% от всички продадени хранителни добавки у нас. Фармацевтите напомнят, че може да има прегозиране при неправилна употреба на витамини, особено мастно-разтворимите.
2. Добавки за ставни заболявания - почти всеки трети човек над 60 г. страда от подобни проблеми.
3. Добавки за отслабване, особено популярни сред момичетата и младите жени.
4. Добавки за урогениталния тракт, особено при увеличаване на простата на мъжете.
5. Лененото масло, което съдържа омега-3 и омега-6 ненаситени мастни киселини за преборване на "лошите липиди".
6. След тях по продажби са добавките за устна хигиена.



фармацевтът.

Има и мода в добавките. Потребителите предпочитат малинови кетони и африканско манго, които подпомагат свалянето на килограми, интересът към лененото масло не секва, търси се и ресвератрол, който съдържа екстракт от грозде и е антиоксидант за сърдечно-съдовата система, с противостареещо действие, разяснява Николай Костов.

Броят на растителните лекарства, храни и групи продукти, които взаимодействат с лекарствени вещества, расте. Ето защо е желателно пациентът да се посъветва с аптекаря за добавката, която взема.

На добавките трябва да се гледа като на едно продължение на народната медицина.

Елиминирането на некачествените

„Добавките имат къс жизнен цикъл, особено некачествените. Потребителят бързо разбира, че тези добавки не му действат и спира да ги купува. Некоректните фирми разполагат с цял арсенал от хитрости, с които настояват да извлечат лесни и бързи печалби - сменят името, опаковката, дават бонус друг продукт към него, само и само да вървят продажбите”, разяснява фармацевтът. Има различни маркетингови инстру-

менти, с които се правят опити да се угължи пазарният живот на един продукт. Некачествените обикновено се задържат по 6-8 месеца на пазара и се компрометират.

За активните

Спортните хранителни добавки са много интересен, голям пазар, много неразвит в България, посочва още фармацевтът. Спортното хранене е цяла наука. Тези продукти са още по-скъпи, дневните нужди на спортистите са много големи. Цената им може да стигне до няколко стотин лева, ако спортистът ги приема както трябва и колкото трябва.

В професионалните спортове се използват добавки, които са сертифицирани и разрешени от антидопинговата комисия.

Световни компании работят на това поле – създават протеинови матрици, протеинови смеси, които се разграждат постепено

в тялото и са насочени към трупане на мускули. Друга група са аминокиселините, креатини, азотни бустери, протеинови блокчета, шейкове и т.н. Много интересен и развит пазар извън България, но у нас е още малък. И е извън аптеките. В другите страни той съставлява над 20 на сто от целия пазар на хранителни добавки. Фирмите, които се представят у нас, са GNC, BSN и други, а продуктите им се предлагат в специализирани магазини.

За майки и деца

Има потребление и на хранителни добавки специално за деца. Те са най-различни – от сиропчета за кашлица или за имунитет до желирани витамини, основно се харчат мултивитамините.

Бъдещите майки имат специфични нужди. Компаниите са разработили голямо портфолио и за тях - с фолиева киселина, калций. У нас се предлагат поне 40-50 продукта в този сегмент, посочва още Костов.

Съвети

Не е добре да се смесват няколко хранителни добавки. По-добре е да се вземе продукт, който съдържа много съставки, които са балансирани и премислени, когато е създаван продуктът, отколкото да се купуват няколко, за да се добъват взаимно.



Плащания на фермери в райони с ограничения, различни МЯРКА 212 от планинските райони по Програмата за развитие на селските райони

Програма
за развитие на
селските райони
(2007-2013)
Министерство на
земеделието и
храните



2007 - 2013

Европейски
земеделски фонд
за развитие
на селските райони:
„Европа инвестира
в селските райони“



ВЪЗХОДЪТ НА УМНИТЕ ГРАДОВЕ



Мегаполисите търсят в информационните технологии решения на своите задълбочаващи се проблеми с управлението на транспортния трафик, замърсяването и пренаселването

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

На 5 и 6 юни тази година няколко стотин специалисти по градоустройство, информационни и комуникационни технологии, политици, представители на водещи корпорации като Cisco Systems, IBM и Schneider Electric ще се срещнат в гр. Будапеща. Причината, която ще събере всички тези хора с най-разнообразни професии на едно място, е една технологична концепция, която обещава да даде решение за много от проблемите на днешните мегаполиси. Тя се нарича „умен град“ (smart city) и обединява различни типове технологии за създаване на интелигентна градска инфраструктура, управление на трафика, контрол на достъпа до обществените обекти, интелигентно управление на ютилити мрежите (водоснабдяване, електроенергия, топлофикация и др.).

Скептиците, които смятат, че това е поредната мода без особено значение за обществото ни, ще трябва да помислят пак. Ако имаме предвид, че днес в големите градове на планетата живеят стотици милиони жители и техният брой непрекъснато нараства, не трябва да буди учудване, че темата „умен град“ възбужда толкова много организации, компании и правителства. Само в десетте най-големи населени места в света към момента живеят повече от 230 милиона души, а населението на лидера в тази класация – Токио – надминава 37 милиона. Независимо дали във времена на криза или на растеж,

както и дати в развитите държави като Япония и САЩ, или в изостанали страни като Пакистан и Египет, урбанизацията се налага като една от най-устойчивите обществени тенденции през последните десетилетия. Милиони жители на селските райони всяка година мигрират към големите градски центрове, които на свой ред вече „издишат“ и все по-трудно се справят с предизвикателствата пред своята транспортна, комунална и жилищна инфраструктура.

Проблемите са очевидни

нарастващи темпове на замърсяване, вследствие на увеличаващия се автомобилен трафик и генерирането на все повече отпадъци, затруднен транспортен трафик, почти повсеместни задръствания в големите градове, все по-неефективно използване на ютилити мрежите и в резултат – сериозни загуби на електричество, питейна вода и други ресурси. Затова и на информационните технологии се гледа с толкова голяма надежда като потенциален източник на решения. Това е и причината софтуерните и телекомуникационните компании да виждат в този нов сегмент потенциален пазар за милиарди долари в



Подобряване на качеството на живот е цел номер едно за умните технологии

световен мащаб.

Иновациите, обединявани най-често от общото название Smart City, включват различните системи за управление на автомобилния трафик, на база на позиционирането на участниците в него, контрол на достъпа чрез безжични стандарти като RFID (Radio Frequency Identification) и NFC (Near Field Communications), системи от типа „smart grid“, които позволяват електроразпределението да се управлява по-интелигентно и да се минимизират загубите, както и системи за управление на домовете, офисите и обществените сгради (smart building). Сред по-иновативните концепции са тази за т.нар. умен прах - разпръскването на хиляди



на 24 млн. паунда, в конкуренция с 26 други населени места във Великобритания, и ще се превърне в първия „умен град“ на Острова. Средствата се осигуряват от програмата Future Cities Demonstrator, която има за цел да промени градската среда в Обединеното кралство. Сред приоритетите на организацията са намаляване на нуждата от автомобилен транспорт и на броя автомобили по улиците, оптимизиране на енергийните и други обществени ресурси и в крайна сметка – постигане на

по-високо качество на живот в урбанизираните зони


Всъщност умните градове вече си имат и свое състезание. То се организира от социологическата агенция Intelligent Community Forum и се нарича „Най-умен град на света“. В момента тече финалният етап от тазгодишното издание, в който участват седем населени места от пет държави: Стратфорд и Торонто (Канада), Таоюан и Тайчжун (Тайван), Кълъмбъс (САЩ), Оулу (Финландия) и Талин (Естония). Освен според навлизането на иновациите в градоустройството обаче, те ще се съревновават и по други интересни показатели, като нивото на университетското образование, а от най-голямо значение за избора на финален победител все пак си остава начинът, по който градските иновации реално повишават качеството на живот на местните жители.

Друго интересно състезание, но само между европейски градове, беше организирано неотдавна от Euroreap Smart Cities. В него лидерската позиция се заема от Люксембург, следван от Аархус (Дания), Турку (Финландия), Аалборк и Одензе (отново от Дания). Организацията се опитва да се бори със спадането на качеството на

живот в градовете, включително в такива сфери като жилищното строителство, икономиката, културата и околната среда. За целта нейните представители залагат на развитието на нови технологии, но посочват изрично, че моделът на „умния“ град включва шест взаимносвързани компонента, които трябва да се имат предвид: интелигентна икономика, мобилност, екология, хора, начин на живот и управление на градовете.

В България

Все още е трудно да говорим за сериозни постижения в интелигентното градоустройство. Все пак някои пилотни проекти ни дават надежда, че в недалечно бъдеще и у нас ще има градове, които ще могат да участват в състезания като изброените по-горе. Неотдавна фондация „Моят град“ стартира пилотен проект за иновативна пешеходна пътека, която засича чрез сензори за движение наличието на пешеходци в близост до нея и започва да свети предупредително, за да намалят скоростта водачите на превозни средства в близост. При това пътеката „разбира“ кога настъпва нощта благодарение на своите сензори за светлина, и преминава в работен режим. През деня пък тя събира енергия чрез соларните си панели, за да обезпечи работата си нощем. Съвсем скоро предстои пускането на първата пилотна пътека от този тип на бул. „Симеоновско шосе“ в гр. София, а от организацията се надяват в бъдеще да успеят да изградят такива на повечето неосветени пешеходни пътеки в столицата.

Друга интересна инициатива е състезанието „Интелигентен град“ на IBM – една от водещите компании в разработката на smart city технологии в света. В рамките на проекта български населени места получиха възможност да се съревновават с такива от целия свят за технологична и консултантска подкрепа от компанията в развитието на тяхната градска среда. Междуременно седемте най-големи града в България стартират проекти за интегриран градски транспорт, които ще бъдат финансирани по Оперативна програма „Регионално развитие“. Средствата ще бъдат вложени в системи за модернизирани на обществения транспорт, включително мултимедийни табла на автобусните спирки, системи за контрол на трафика, както и умни светофари, които ще разпознават автобусите и ще им дават предимство. Очаква се първите такива проекти да бъдат реализирани в рамките на следващата година. 

миниатюрни сензори над градовете с цел постоянен мониторинг на нивото на замърсяване фоновия шум и много други показатели, както и създаването на неотдавна пилотна технология за пътно платно, способно да извлича енергия от триенето на движещите се върху него автомобилни гуми. Разбира се, не всички проекти от типа „умен град“ са задължително свързани с върхови технологии и тази концепция включва също традиционни интелигентни градоустройствени методи като създаването на кръстовища на две нива или т.нар. зелена вълна при светофарите.

През следващите месеци шотландският град Глазгоу например ще се превърне в тестово поле за разнообразни smart city технологии – от управлението на сгради, през оптимизиране на трафика, превенция на престъпността, нови технологии в здравеопазването, енергетиката и други значими обществени сфери. Градът спечели финансиране в размер



Управлението на трафика е една от основните задачи на „умните градове“

Противно на всякаква логика, страната ни продължава да игнорира възможността за членство в Европейската космическа агенция, изгубвайки заедно с това и добрите перспективи за развитие на този високотехнологичен отрасъл у нас

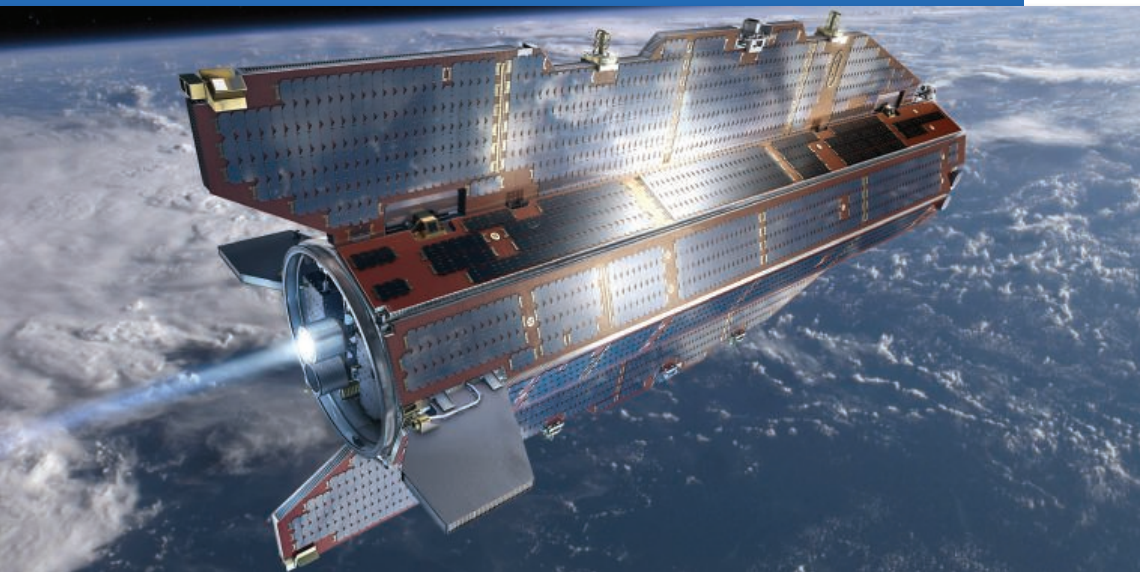


и в който при това България има нелоши традиции. Днес оборудване, разработено от български учени, се използва на редица орбитални апарати, включително и на Международната космическа станция, а може би мнозина не знаят, но в миналото страната ни дори е произвеждала сладолед за руските астронавти, който се е консумирал в околоземна орбита. Едва ли е известно на широката публика също и че България е шестата държава в света със свой космонавт, напуснал пределите на планетата ни.

Днес, разбира се, социалистически блок не съществува, но въпреки това пред България има съвсем ясен път за развитие на космическите изследвания и затова буди учудване, че страната ни продължава, противно на всякаква логика, да не поема по този път. Става въпрос за възможността за членство в Европейската космическа агенция (ESA – European Space Agency) – организацията, която координира дейността на всички държави от Стария континент в този перспективен сектор и в която вече по един или друг начин участват или са стартирали процедури за членство всички останали страни членки на Европейския съюз (и не само).

Какво чакаме ние?

Това е въпрос, който продължава да буди любопитство, предвид всички предимства, които участието в организацията би ни осигурило. От една страна, днес космическите изследвания се превръщат във все по-важен за обществото технологичен сектор, предвид нарастващото значение на такива негови подсегменти като позицио-



Звездното бъдеще на България

АЛЕКСАНДЪР АЛЕКСАНДРОВ

Съществува един високотехнологичен бранш, който има потенциал да генерира значим растеж на икономиката ни и да създаде нови висококвалифицирани работни места, но въпреки това неговото развитие не е залегнало в нито една предизборна платформа на по-големите партии в България. Става въпрос за сектора на космическите изследвания, който днес се развива с изключително бързи темпове в други държави по света

Министърът Proba-V ще полети през май върху носителя Vespa (Vega Secondary Payload Adapter), за да изследва технология със слънчева светлина. Апаратът е оборудван и с виетнамски спътник VNREDSat за наблюдение на Земята и естонския ESTCube-1 наносателит по студентски проект



19 страни участват в Европейската космическа агенция, докато България все още не е подала документи за членство



ниращите мобилни услуги, навигацията на транспортни средства, изследването на климата, слънчевата активност и много други. От друга страна, за една малка държава е почти невъзможно да се развива самостоятелно в тази област и да се конкурира с гиганти като Американската космическа агенция NASA или Роскосмос. Пътят минава през сътрудничеството с други космически държави, а в ЕС това сътрудничество се олицетворява от Европейската космическа агенция, в която членуват 19 страни и която си партнира с редица други участници в този сегмент, включително САЩ, Русия и Китай. Въпреки това няколко поредни правителства със съвсем различни политически идеологии и икономически приоритети

напълно игнорират този научен сегмент

поставяйки ни в групата на европейски държави като Албания, Беларус, Молдова и други, с които едва ли бихме искали да се сравняваме. За сметка на това една друга страна, с която често обичаме да правим сравнения – Румъния, още през 2011 г. се присъедини към конвенцията на Европейската космическа агенция. Показателно за космическите амбиции на северната ни съседка е, че тя е подписала

предприсъединително споразумение с ESA още през 1992 г. и досега е участвала активно в такива значими проекти на организацията като Herschel, Planck и Gaia.

Какво бихме спечелили от членството?

Ако се включим в Европейската космическа агенция, това ще даде възможност на български учени и предприятия да се развиват в перспективни научни сегменти със сериозни бюджети, като разработката на космически ракети и спътници, сателитните комуникации, наблюдението на Земята от Космоса, както и редица престиж-

ни сфери на познанието, свързани с изследването на Вселената.

През последните години ESA се наложи като един от ключовите участници в космическите изследвания, заедно с NASA и Роскосмос. Днес агенцията е пионер в редица сфери на усвояване на Космоса, а през следващите години тя планира да осъществи някои от най-значимите космически мисии в цялата история на човечеството. Сред тях е например проектът LISA (Laser Interferometer Space Antenna – космическа антена чрез лазерен интерферометър) за първия космически гравитационен телескоп, който ще включва три компонента, раздалечени на хиляди километра, способни да прихващат т.нар. гравитационни вълни. Друг проект на ESA от особено значение за науката, от който страната ни също би спечелила много, ако можеше да участва, е Swarm. Той предвижда извеждането в орбита на рояк от три спътника, които ще изследват земното магнитно поле, както и слънчевата активност.

Един от ключовите проекти

В програмата на Европейската космическа агенция, разбира се, си остава Galileo, който предвижда създаването през това десетилетие на съвездие от 30 сателита, които да предоставят прецизни позициониращи услуги за граждански цели, конкурирайки американската система GPS и руската ГЛОНАСС. Сред най-важните начинания на ESA е и мисията Gaia (Global Astrometric Interferometer for Astrophysics), в рамките на която



Централата на ESA в Холандия

ФОТО ESA



Астронавт тренира в симулатор на марсиански терен. Повърхността е покрита с червеникав пясък и пресъздава условията на кратера Гусев на Червената планета

ще бъде подробно картографирана нашата галактика Млечен път. Освен това европейската организация се занимава и с други изключително важни дейности, като например търсене на решения, способни да защитят Земята от сблъсък с астероиди. Преди няколко месеца тя покани учени от целия свят да се включат в нейния проект AIDA (Asteroid Impact and Deflection), който има за цел да увеличи знанията на човечеството за начина, по който астероидите реагират на контролиран сблъсък с космически апарат, изпратен от Земята, и за възможностите да се повлияе на тяхната траектория. Продължава и работата на агенцията по развитието на Международната космическа станция – най-мащабния орбитален проект на човечеството, който се осъществява съвместно със САЩ, Япония, Русия и други страни.


Участието във всички тези и много други проекти би позволило на България да се включи в разпределянето на сериозни бюджети за разработка на космически технологии, а на голям брой учени от страната – да натрупат значителен опит, както и международен престиж. И не на последно място – би отворило вратите пред българските предприятия за участие в многобройните проекти на агенцията, от което ще спечелят не само компании, тясно специализирани в космически технологии, а и такива от широк кръг други браншове – от софтуерната до хранително-вкусовата индустрия. Освен това страната ни ще има възможност да използва безплатно услугите на телекомуникационните и навигационните сателити на ESA,

а български граждани ще могат да заемат различни длъжности в нейната администрация. Едва ли обаче може да бъде измерен ефектът, който подобна стъпка би имала върху достъпа до нови технологии, развитието на изследователска инфраструктура, нови образователни програми с висока добавена стойност, създаването на висококвалифицирани работни места и намаляване на изтичането на мозъци.

Позицията на гържавата

В интерес на истината гържавата вече е взимала отношение по темата в лицето на двама бивши министър-председатели. През април 2009 г. Сергей Станишев заявява пред медиите, че страната ни е в процес на присъединяване към ESA. Към онзи момент обаче България е само със статут на наблюдател и нито тогава, нито впоследствие е предприела реални действия, за да стане пълноправен член. През април

2011 г. Бойко Борисов пък обяви, че правителството планира да започне процедура за присъединяване и дори обеща, че Министерският съвет ще вземе решение след броени месеци. Нищо такова не се случи до самия край на управлението на предишния кабинет.

През миналото лято един млад учен - Светослав Александров, основател на популярния сайт за космически изследвания cosmos.1.bg, изпрати открито писмо до премиера Борисов и до български медици със запитване защо не са предприети никакви действия след изявлението на министър-председателя. „Оттогава измина повече от година и все още не разполагаме с актуална информация за напредъка и предприетите стъпки относно гореспоменатото членство. Доколкото съм запознат, България все още е в същата унизителна позиция, както и преди – да е единствената гържава, членка на ЕС, която дори не е започнала стъпките по присъединяването ни към Европейската космическа агенция” - посочва Александров в писмото. След това уточнява, че при евентуално членство страната ни би заплащала членски внос в размер на приблизително 1.2 млн. евро, при това – едва след приемането си в организацията. Елементарни сметки показват, че тези средства биха се възвърнали многократно, ако български предприятия и учени получат възможност да участват пълноценно в проектите на ESA. Налага се въпросът: докога българските правителства ще пренебрегват един толкова перспективен технологичен сектор с висока добавена стойност? 



Снимка на взрива на супернова Касиопея-А, заснета от телескопа Хъбъл

ФОТО NASA/ESA

„Плащания по Натура 2000 и плащания, свързани с Директива МЯРКА 213 2000/60/ЕК – за земеделски земи”

Програма
за развитие на
селските райони
(2007-2013)
Министерство на
земеделieto и
храните



2007 - 2013

Европейски
земеделски фонд
за развитие
на селските райони:
„Европа инвестира
в селските райони”



В обученията се използва и видео-конферендна връзка



Работилница на промяната

Академия „Иновация в действие“ отгледа 60 нови идеи и даде тласък за развитие на младите новатори

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Човек може да живее без въздух няколко минути, без вода – около две седмици, без храна около два месеца, а без нови идеи цели години, понякога и цял живот. Идеите обаче са най-мощният двигател на промяната. Затова няма по-добър шанс за младите хора от това да получат знания как се раждат иновациите. Академия „Иновация в действие“ на „Солвей Соли“ за няколко месеца насочи фокуса на внимание към тази перспективна зона на познание, селектира 60 ентузиаста в работилниците и ги обучи как да направят уверена крачка към света на мечтите си.

„Млади хора, влюбени в новаторските си идеи, видяха възможност чрез „Иновация в действие“ да ги развият до устойчиви проекти. Това ги мотивира да се включат. Те кандидатстваха и в обученията попаднаха онези, които представиха и защитиха най-интересни виждания“, разказва Цветелина Тенева, мениджър на The Business Institute и партньор на събитието от името на Института за предприемачи на Cisco. Участниците споделят, че тази инициатива за тях е

прецедент

тъй като никога досега те не са били включвани в систематична



Дълъг е пътят от идеята до нейната реализация

работа, която да развива у тях новаторството. Те получават своеобразна пътна карта в иновациите и ноу-хау от най-добри специалисти. Срещата с професионалисти от бизнеса е възмож-

ност да пият вода от извора. Така младите хора са улеснени да извървят целия път и да стигнат до практическата реализация на своите фантазии.

Всеки от гост говорителите

зи печели по свой начин. Основателят на „Уча се“ Дарин Маджаров е твърде близък до тях с младостта си, но уважава със своя опит как полезната идея постепенно се превръща в бизнес. Неговата лична история и иновативният подход в обучението, който той прилага, са вдъхновяващи. Пламен Борисов, зам.-директор по производството в „Солвей Соли“, който отговаря за иновациите в компанията, печели овации с конкретната информация за „производството“ на иновации в голяма мултинационална компания. Той дава практически указания как иновационният процес да проработи. Обяснява как действа емоционален стимул като похвалата, кога се възнаграждава идея и какви да са ползите за нейния съз-

в устойчиви решения, това е и смисълът на тази академия.

Мениджърът по иновациите в „Солид 55“ Георги Балабанов показва как заг привидно скучното занимание да се правят врати, стои мощен иновационен процес. Историите за това как се появяват идеите, как се прокарват в компанията, как се налагат на пазара, се приема с интерес. Костадин Топалов от „Лемна Екоинвест“ представя иновативни разработки на компанията, свързани с пречистването на водата, с което също е в десетката на „Иновация в действие“. А Веселина Димитрова от община Бургас разказва за общинския проект за създаване на научен център с

жното – те разбират, че пречките са повече в собствените ни глави. Да управляваш входна врата с мобилен телефон преди десетина години беше фантастика, днес обаче е факт. Промяната е неразделна част от битието и дори смисъл на живота ни. Чрез успешните практики, показани в академията на „Солвей Соли“, младите хора получават подкрепа да тръгнат по този нелек път, защото

иновациите и предприемачеството

са начин на мислене и действие, те са начин на живот. В много от големите компании има и т. нар.

вътрешни предприемачи, които с новаторство променят посоката на развитието. Това показва, че за да осъществиш една смела идея, не е нужно да си на върха на пирамидата.

В тази уникална инициатива младите вече на практика са се убедили, че раждането на всяка идея е нещо важно,

но по-голямото предизвикателство е нейното осъществяване. Те вече имат знания, които и за напред да ползват в целия процес на новаторство. В края на април 60-те участници в работилниците предадоха своите проекти, в рамките на месец журито ще ги разгледа, очаква се в края на май наградите да бъдат обявени на официална церемония.

Магдалена Михалева от Техническият университет във Варна има практична идея за

оборудването на детски площадки

със съоръжения, направени от материали, остатъчни при определени производства. Компанията не ги оползотворяват в дейността



гател, когато тя бъде приложена. Важно е да родиш интересна идея, но съществената част от поощрението е свързана с нейната реализация. Той дава основни стъпки чрез които идеите се превръщат

лаборатория, зала за презентации и кафене. И дава увереност, че за добрите идеи се намира финансиране. Участниците в тези работилници виждат как нещата се случват и още по-ва-

си, но тя разполага с ноу-хау как с тях да се конструира оборудване за детски площадки. Емил Пенчев от ТУ-Варна има разработка за оптимизация за използваните ресурси при отопление и охлаждане. Михаил Симов, също от Варна, има подобно изобретение, чрез което се намалява разходът на гориво. Добър пример за кайзен (непрекъснато усъвършенстване) е идеята на Димитър Димитров от УАСГ в София, свързана с оползотворяване на отпадните води от умивалника.

Божидар Иванов е докторант в Института по обща и неорганична химия към БАН, той предлага разработка за почистване на съдове за пренасяне на опасни отпадъци. Чрез химически процес наслазването по стените може да се отдели и да се сведе до шест пъти по-малко отпадък, като съдът без проблем се ползва отново. Миглена Стойкова от Бургас има концепция за сватбена екоагенция, която да организира специални събития, използвайки „зелени“ материали, а после повечето отпадъци се рециклират. В хода на работилниците тя признава, че са я осенили нови идеи, чрез които да направи този бизнес още по-интересен.

Обучението имаше висока степен на практичност и даде солидна помощ за разработването на проектите. Българската икономика има нужда от иновации и от хора, които да ги създават. „Действай смело! Идеята не кацва на прозореца, като се събудиш, а трябва да си прозрял проблем или дефицит и да предложиш вариант за решение”, приканва Цветелина Тенева. Иновацията не е нечовешко усилие, тя е отговор на необходимост, която прави живота или работата по-леки. При превръщането на идеите в реалност парите са най-малкият проблем, което не означава, че се намират лесно. Най-важно е да има яснота как един нов продукт или разработка ще получи пазарна реализация. Всеки би се радвал да даде пари за нещо, което ще носи доходност.

Много от идеите, развити по




Участниците в работилниците разбраха, че силата на идеите е в тяхното осъществяване

време на „Иновация в действие”, имат характер на социално предприемачество. От тях трудно може да се очаква финансова възвръщаемост, но те създават

обществе на стойност и ползи

Разработките, които са свързани с по-доброто оползотворяване на ресурсите, наистина си струват, затова и интересът към тях е така голям. Трябва да се грижим за поколенията след нас и да им оставим планета, на която да живеят с удоволствие, смята

Цветелина Тенева.

„Иновация в действие” е кауза, чрез която младите хора получават смелост да станат новатори. Отличията са свързани с награждаване на полученото познание. Така подаръкът от „Солвей Согу” са знания, умения и мотивация за младите хора да променят статуквото. Академията е инкубатор за хора, които ще направят живота ни по-добър. Никой не може да роди идеите вместо вас, а красотата на всяка идея е тя да се осъществи – това е основното послание на „Иновация в действие”. 

Агроекологични плащания

по Програмата

за развитие на селските райони

МЯРКА 214



Програма
за развитие на
селските райони
(2007-2013)

Министерство на
земеделието и
храните

Европейски
земеделски фонд
за развитие
на селските райони:
„Европа инвестира
в селските райони“

2007 - 2013



Георги
Костов

**Скоро
достъпът
до интернет
през
мобилни
устройства
ще надмине
ползването
на
глобалната
мрежа през
десктопите**

eDesign

НА БЪДЕЩЕТО

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

За какво мечтае криейтив директорът на една дигитална агенция днес, когато уеб пространството става пренаселена вселена? Някой за миг да натисне копчето Pause, защото темпото в света на технологиите непрекъснато се ускорява.

Сред престижните отличия, които агенцията получи напоследък, са Favourite Website Awards (FWA) - „Сайт на геня”, присъдена за 16 март 2013 г., и AWWWARDS - „Сайт

на геня”, за 20 февруари 2013 г. И двете са за създадения от нея уеб сайт dangelicoguitars.com на американската компания D'angelico Guitars. Дигиталната агенция eDesign вече два пъти е носител на наградата FWA и до този момент никоя друга агенция в България не е печелила тази най-популярна награда за уеб дизайн в света.

Прегнана

При създаването на eDesign основателите се фокусират върху



Съдържанието в интернет все повече ще зависи от локацията на потребителя

креативната част и изпипването на детайлите във всеки аспект, а не толкова върху икономическите параметри. Това дава плодове, макар и да е имало моменти в началото, когато са работили почти на загуба. Целта – да направят добро име, да натрупат популярност и да спечелят награди в различни конкурси, вече е оправдала „средствата“.

Компанията е създадена през 2004 г. в джойнт венчър с e-Card, която по онова време предлага карти за предплатен интернет, но впоследствие се насочва към разработването на свои уеб базирани продукти. Георги Костов, който е съосновател и криейтив директор, вече е имал над 6-годишен опит на това поприще, включително и на външни пазари. Насочват се първо към българския пазар и изключват аутсорсинга като възможност. Фокусират се върху изграждане на позитивен имидж на своя бранш и създават силна марка, с която впоследствие излизат зад граница. Печелят награди със своите разработки и със своето име, защото не са приели анонимността да са подизпълнител на известни компании.

Тренд

„Браншът е много динамичен и няма предначертани ниши. Има компании, които създават модата и тренда в развитието на бизнеса, но има направления, за които вече е очевидно, че близките години ще се развият - разказва Георги Костов. - Потреблението на интернет ще се видоизмени и то ще е все по-достъпно чрез смартфоните, лаптопи, таблети, навигационни системи и други мобилни устройства. Това ще се отрази на начина на поднасянето на съдържание в интернет и то все повече ще зависи от локацията на потребителя. Когато сме в шопинг център, ще получаваме информация за промоции на това място, както и за други атрактивни възможности, от които може да се възползваме в близост.” Предвижданията са до края на 2013-а достъпът до интернет през мобилни устройства да



ФАКТИ

- ✓ eDesign е дигитална агенция, която предлага пълен набор от услуги, свързани с уеб и графичен дизайн, мултимедия, интернет и мобилен маркетинг, с фокус върху онлайн търговията, цялостната визуална идентичност и успешното уеб присъствие на своите клиенти.
- ✓ Основана е през 2004 г. и днес е най-награждаваната уеб агенция в България. Проектите ѝ са еталон за качествени и нестандартни интернет решения.
- ✓ Избрана е три пъти за българска „Уеб агенция на годината“ - през 2008 г., 2010 г. и 2012 г., има над 60 награди и повече от 80 номинации в български и международни конкурси.
- ✓ В офиса на компанията в НДК работят 56 души. Средната възраст на екипа е около 26 години.

надмине ползването на глобалната мрежа през десктоп. В България се очаква същата тази тенденция да стане факт две до три години по-късно. Друг изявен тренд е различните устройства, които ползваме в бита и офиса, постепенно да влязат в комуникация през интернет. На първо време това ще се случи с телевизорите, което ще отвори една нова ниша за разработчиците на интернет базиран софтуер и приложения.

Да отгледаш идея

Стартъп културата според Георги Костов се развива с бързи темпове у нас. Много от младите хора имат идеи, които

най-често са свързани с информационните технологии. „Дяволът“ е в реализацията и в това пазарът да я оцени. От успешните примери в световен мащаб младите ентузиаста най-често виждат блясъка, но не и годините на усърден труд и съмнения, които остават в сянка. Смята се, че появата на бизнес ангел е щастливото птиче на рамото. „Самият аз имам по десетина идеи всеки ден, но една от тях да осъществя в рамките на няколко години и тя да е наистина успешна, е добре”, коментира криейтив директорът на дигиталната агенция. В технологичния свят промените стават бързо и нещо, което е изглеждало

на крачка от звездния миг, може да се окаже много труд, хвърлен на вятъра.

Размерът е от значение

Една от най-големите уеб агенции в България е именно eDesign. Да бъдеш голям е предизвикателство, тъй като това не носи само позитиви, а в много случаи крие големи рискове. Докато по-малките компании изглеждат по-симпатични, към тях пазарът има по-голям толеранс, а гъвкавостта им в техно-

нови технологии в проектите. Това прави работата в нея още по-атрактивна.

Промените в бранша стават неусетно и хората трябва да са в състояние да ги следват, ако не да ги изпреварват. Не е важно колко добър си в една технология, а колко успешен искаш да станеш и колко бързо ще си в състояние да го постигнеш.

Сериозен проблем е, че от висшите училища излизат хора, които понякога са подготвени по погрешен начин. Ако вземете на работа такъв

eDesign предпочита стратегията „Бързай бавно“.

Престижните отличия, които изпълват заседателната зала в компанията, доказват, че за момента тази стратегия е успешна.

На ръба на технологията

„Клиентът трябва да има доверие в избраната агенция, а и смелостта да поръча нещо по-различно, което ще се запомни. Наясно сме с най-добрите практики в създаването на уеб продукти, знаем



логично отношение е много висока, големите компании са по-тромави, обременени са от различни административни процедури, принудени са да посрещат много по-големи разходи, както и свръхочакванията към създаваните от тях продукти.

Хоризонт

При смяната на поколенията идват по-ентузиазирани млади хора и има опасност една утвърдена вече компания да бъде изместена от „гаражна“ фирма, която прелива от творчески хъс. Конкуренцията гържи бизнеса буген. В тази надпревара eDesign има политика на приобщаване и използване на


човек, първо трябва да го отучите и после да го обучавате наново.

Бързай бавно

Агенцията расте с клиентите и пазара и стремежът е да се развива с премерена стъпка. Благодарение на разумната си политика тя постига устойчив растеж и като брой проекти, и като приходи. Персоналът се подбира внимателно. Близо половин година не са наемани нови хора и сега има отворени позиции. Опасно е, ако дойде голям проект и екипът изведнъж се увеличи с 30-40%, това може да доведе до колапс. Затова ръководството на

кое дава добри резултати, но креативността не бива да се потиска”, твърди Георги Костов. Част от благоприятната жизнена среда за всяка компания е, когато доброто име започне да работи за нея и клиентите сами я търсят. Опитът на eDesign показва, че със западните клиенти се работи по-леко, разликата в стандартите е голяма и парите не са такъв проблем. България се ползва с добър имидж в САЩ, за разлика от Европа, където той е значително накърнен.

Близкото галечно

Мечтата на Георги Костов да е заобиколен от съмишленици, които да са едни от най-добрите професионалисти в бранша, вече е осъществена. Сега той мечтае за смели клиенти, които да дават шанс eDesign да разгърне своя потенциал. 

СЛИВЕНСКА ПЕРЛА



За мъже, не за момчета.



Пазарът на автомобили е на път да се спаси от застоя след предстоящите данъчни облекчения за оперативен лизинг



Мисия: Ускорение



АТАНАС ХРИСТОВ

От 2008 г. насам спадът в продажбите на каквото и да било не е новина. Напротив - ръстовете или достигането на предходни нива се приемаше като добра вест. По-добно е положението и на един от важните измерители за състоянието на икономиката - пазара на нови автомобили.

В последните години преди настъпване на кризата се чупеха рекорди. Но отпозвава до момента, с малки изключения, доставките на нови коли в България постоянно намаляват. А отчетаните епизодични повишения в продажбите бяха или

Глад за стари коли

Има глад за автомобили „втора ръка“. В това е категорично убеден Любомир Доросиев, заместник-председател на Асоциацията на вносителите на автомобили. Това се дължи на факта, че все по-трудно се намират коли на старо в страните от Западна Европа, тъй като продажбите на нови автомобили в тези държави грас-

тично намаляха заради финансовата криза. „Не знам докога ще можем да предлагаме конкурентни цени“, гобави Доросиев. Именно по-трудното намиране на „втора ръка“ коли води и до очаквания за повишение на цените на автомобилите на старо - с около 10%, е прогнозата на Любомир Доросиев. Той обаче не вярва това да доведе

до отгръпване на клиенти, тъй като няма откъде да се купи по-изгодно, а освен това и българите вече са започнали да търсят по-свежи, по-нови и с по-малък пробег автомобили. „Търси се качество“, твърди Любомир Доросиев.

Данните му показват, че от началото на годината пазарът на стари коли е в „малък застой“. Това обаче не е изненада, тъй като януари и февруари са традиционно слаби в продажбите.

плод на промоционални предложения, или на т. нар. реекспорт. И така до гъното.

Последни данни

Дори последните данни на Асоциацията на производителите на автомобили в Европа (АСЕА) показват продължаващ спад на доставените нови автомобили в Европейския съюз и в България - понижение с по 9.8% на годишна база през първото тримесечие на 2013 г. За страната ни това означава 3541 доставени коли. Иван Антров, бранд мениджър на „Тойота Балканс“ ЕООД, обаче обясни за списание „Икономика“, че тези близо 10% по-скоро показват, че пазарът е останал на нивата от миналата година, защото гъното е стигнато и няма накъде повече да се пада. „Има живи фирми, които работят и вече подновяват закупените през 2007-2008 г. коли в автопарковете си, тъй като превозните средства са силно амортизирани“, обясни ситуацията Антров.

Обяснението му за отчетения статистически спад е задържано фактуриране на договорени авто-

моби. „Може би това е скрит спад, който ще бъде компенсирани. Пазарът е стагниран и не може да падне по-ниско от това ниво“, убеден е Иван Антров.

Почти на нула е нивото на продажбите през март 2013 г., когато доставените коли в България са 1 262 броя, което е с 4 по-малко спрямо същия месец на миналата година. „На ниво продажби на гребно нещата също са стабилни - без ръст или спад“, обясни Иван Антров. Според него това се дължи на факта, че изключително старият автопарк у нас малко по малко се подменя въпреки кризата.


Оперативно раздвижване

Очакванията от спад към запазване на пазарните нива може и да се оправдаят. А дори и да бъдат надскочени.

Особено силно влияние се очаква да изиграе предстояща данъчна промяна, която ще позволи връщането на ДДС на компании, които са взели на оперативен лизинг коли за основната си дейност. Планира се

да се възстановява данъкът върху вноската по лизинга. На гържавно ниво се очаква съвсем скоро да бъде приета промяната в нормативната уредба, която да позволи облекчението да стане факт.

Очакванията в автомобилния бранш са изключително позитивни. Най-смелите дори са делът на продажбите чрез оперативен лизинг да достигне 25%. Лизинговите компании също не крият радостта си, че данъчната промяна ще раздвижи и техния бизнес.

„Със сигурност продажбите чрез оперативен лизинг ще се увеличават. Нашите прогнози са по-сържани - за двоен или троен ръст. Ако сега 5% от сделките са с оперативен лизинг, след промяната могат да достигнат 10-15% дял“, показват сметките на Иван Антров. Облекченията обаче ще важат само за фирми и то за коли, които им трябва единствено и само за основната дейност, а не за представителни цели. Лизингът трябва да е чиста форма оперативен, а не да е частично финансов. Т.е. след края на договора закупеният автомобил трябва да се върне. 



МИНИСТЕРСТВО
НА ЗЕМЕДЕЛИЕТО И ХРАНИТЕ
НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Информационна кампания по горските мерки 122, 223 и 226 от Програмата за развитие на селските райони 2007-2013

Мярка 122 „Подобряване на икономическата стойност на горите“ от Програмата за развитие на селските райони дава възможност чрез лесовъдски методи да се постигне повишаване на стойността на недържавните гори.

За финансиране по мярката могат да кандидатстват:

- физически лица, еднолични търговци и юридически лица - собственици на гори с площ, по-голяма от 0,5 ха;
- общини, притежаващи над 10 ха гори.

Пълна информация за горските мерки можете да откриете на:
www.mzh.government.bg www.prsr.government.bg www.dfz.bg

БДЖ да рециклира вагоните си, преди да купува нови

Разликата в цената е 5 пъти, казва инж. Емил Йончев, изп. директор на Вагоноремонтен завод-99 АД-Септември



- Г-н Йончев, как оценявате състоянието на подвижния състав на БДЖ в момента?

- Състоянието на подвижния състав в момента както на пътнически, така и на товарни вагони, е крайно незадоволително. Пътническите вагони в експлоатация са около 250, а необходимият вагонен парк за извършване на нормални превози е около 540. Подобно е положението и с товарните вагони. Необходимо е да се ремонтират и пуснат много повече вагони в движение, което ще генерира повече приходи на БДЖ.

- Зачестяват ли техническите неизправности и решават ли се своевременно проблемите?

- За съжаление през последните 4 години не се отделяха необходимите средства за ремонта и поддръжката на подвижния състав. В резултат на това имаше многобройни сигнали за неизправни отоплителни, охлаждателни системи, тоалетни в безобразно състояние, повредени прозорци, врати и други възли и детайли. Липсата на резервни части и невъзможността да бъдат отстранявани повредите

в депата принуди много специалисти да напуснат, защото те носят отговорност за изправността на подвижния състав. Криворазбраната система на икономии, приета от ръководството на БДЖ, влоши качеството на превозните услуги и занижи критериите за безопасност на движението.

- Ненавременните ремонти предпоставка ли са за рискове по отношение на безопасността?

- За ремонтите има строги правила. Леките (текущи) ремонти се извършват в депата на БДЖ. Когато изтече ревизията на един вагон, той задължително трябва да постъпи за заводски ремонт в лицензираните

заводи от железопътната промишленост или да бъде изваден от експлоатация. При пътническите вагони средният ремонт се извършва на 4 г., а капиталният - на 12 г. При товарните мотициклъ е на 6 г. Заводът, извършил съответните ремонти, издава гаранция за безопасност на возилото и неговите системи, които за пътническите вагони е приблизително 12-18 месеца, а при товарните до 2 г. За да се избегнат рисковете по отношение на безопасността на движението, е необходимо своевременно провеждане на процедурите по ЗОП и осигуряване на необходимите средства.

- Достигнат ли е моментът за осигуряване средства за закупуване на нов подвижен състав?

- Категорично не! Новите вагони, закупени от европейски фирми, струват около 2.5 млн. евро, а от Турция - 1.3 млн. евро. Средната стойност на ремонта на пътническите вагони



е до 50 хил. евро, а капиталните ремонти на пътническите вагони са от порядъка на 100-110 хил. евро. Рециклираните вагони са от порядъка на 600 хил. евро, като цената е 5 пъти по-малка от тази на новия вагон. При товарните вагони най-тежкия ремонт, който включва изграждане на нов кош или подмяна на балон на цистерна, струва 2 пъти по-малко от изграждането на нов вагон.

- Какво представлява рециклирането на пътнически вагон?

- Рециклирането е изключително ефективно и ние го препоръчваме като политика на БДЖ. Има налични 32 броя спални вагона за рециклиране и други 100 броя, произведени в България между 1984 и 1986 г., от серия 2974. След като се изчерпят възможностите за рециклиране на собствените вагони на БДЖ, едва тогава може да се пристъпи към ново строителство, и то пак в България, защото е много по-изгодно за държавата. Заводите в България могат да изпълняват поръчки за нови вагони, при това на значително по-ниски цени. На този етап препоръчваме тази политика - БДЖ първоначално да рециклира и обнови наличния си парк.

- Защо трябва да се развива железопътният транспорт в България и какви са предимствата му спрямо другите видове транспорт?

- Географското положение на България исторически я определя като връзка между Изтока и Запада. В България има пет транспортни коридора. Най-

развитите европейски държави в последните години отдават голямо значение за развитието на железопътния транспорт. Железопътният транспорт е доказано най-ефективен и екологично чист. При движението на влаковете композиции по електрифицираните линии в България не се отделят вредни емисии, както при автомобилния транспорт. Като се има предвид и бъдещото изграждане на газопроводи, товарите от Русия и Украйна ще преминават пак през територията на България за съседните държави, но те могат да бъдат превозвани само с български вагони поради разликата в ширината на железния път.

- Какви са стандартите, на които трябва да отговаря съвременната железница?

- Стандартите за производство и ремонт на вагони са максимално високи, тъй като последиците от евентуални катастрофи са фатални дори и при товарните превози. Миналата година нашата колоосна фабрика стана първата в Европа, която получи TSI сертификат за производство на колоос за пътнически вагон за скорост 200 км/ч. Ние притежаваме такъв сертификат и за всички типове колооси за товарни вагони, които произвеждаме. Това позволява 90% от нашата продукция да отива в Германия. Относно ремонта стандартите също са много високи. Ние притежаваме Европейски сертификат за всички видове ремонт VPI. При пътническите вагони

се обръща особено внимание на стандарта за негоримост на всички материали. Всички платове, плоскости и настилки трябва да притежават сертификата за негоримост от най-високия клас „Б“.

- Каква трябва да е политиката на държавата към БДЖ?

- Държавата твърдо трябва да застане зад БДЖ, да даде гаранции пред кредиторите за изплащане на дълговете и да осигури необходимите средства за провеждане на реформите. Трябва да се осигурят достатъчно средства за обновление на вагонния парк. Когато заводите от жп промишлеността работят и имат поръчки, те стимулират производството на цялата тежка промишленост в страната. Не трябва да бъдат продавани „БДЖ-Товарни превози“ ЕООД.

- Какво е мнението ви за новото ръководство в БДЖ?

- Новият министър Кристиян Кръстев направи изключително впечатление още в първите дни от встъпването си в длъжност. Всички в бранша забелязаха неговата енергичност, гъвкавост, приветливост, дипломатичност и изключителната му работоспособност. Решителността и бързината, с която беше подменено ръководството на железниците, тушираха в много голяма степен напрежението, създадено се между ръководството на БДЖ, синдикатите и кредиторите. Новото ръководство на БДЖ работи екипно и много успешно се справя с проблемите.





Саад също тръгна по стъпките на баща си и беше премиер на Ливан до 2011 г. Сега той оглавява семейната компания „Сауди Огер“ и живее извън Ливан от съображения за сигурност

Между политическите битки и корупционните скандали фамилията на бившия премиер успява да остави своята следа в развитието на Ливан и да създаде успешен бизнес в почти всички сектори, преобразявайки изцяло страната за няколко години. Днес децата му са сред най-младите милиардери в света

Империята Харири

ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

Днес империята Харири е един от лидерите в строителството, управлението на съоръжения, недвижимите имоти, телекомуникациите, информационните технологии, енергетиката и инвестициите, а компаниите ѝ се простират из Близкия изток, Африка и цяла Европа. Фамилията Харири изиграва водеща роля в реконструкцията на Бейрут. Тя отваря и развива много местни и регионални бизнеси. Основава Ислямска фондация за култура и висше образование през 1979

г. в Сидон, която по-късно става известна като фондация „Харири“. Рафик, Саад, Бахаа, Хинг, Айман и Фахд Харири работят за възстановяването на Ливан и за единството на различните религиозни и етнически групи. След бурна политическа кариера и мащабно бизнес влияние фамилията Харири може да се нарече империя.

Историята на Харири започва от раждането на Рафик в бедно ливанско семейство в град Сидон през 1944 година. Там той посещава начално и средно училище, а след това продължава обучението си

ЕСПА - ОСМОТО ЧУДО НА СВЕТА

Училището, в което децата са щастливи и обичани!

Създадена през 1992, вече **20 години** ЕСПА успешно дава своя принос в изграждането и възпитанието на високообразовани, толерантни и хуманни личности. Репутацията на училището почива не само върху неговите солидни традиции и славата на завършили образованието си в него, а и на новаторския му дух. Признание за академичните стандарти и високото качество на образование е реализацията на децата завършили ЕСПА. Всички те продължават обучението си в най-престижните университети в България и по света.

Огромна гордост за ЕСПА са децата завършили **University of Oxford** – Радослав Лолов, **Cambridge University** – Румен Чолаков и Яна Калчева, **London School of Economics** – Любомила Йорданова и Благовеста Пишинова, както и много други университети по света.

Училище ЕСПА е единственото училище в България, което работи по Авторска образователна концепция. Множеството уникални образователни инициативи изграждат възпитаниците на ЕСПА, като енциклопедични личности и формират у тях такава палитра от умения и качества, която да им помогне за тяхната най-добра реализация в бъдеще.

Всяко дете в ЕСПА получава индивидуално внимание и подкрепа, за да развие всички аспекти на своя потенциал. Децата растат в интелектуално стимулираща среда, сред приятелска атмосфера, в отворено за новото време училище, в което се чувстват обичани и щастливи. **Те сами нарекоха училището си “Училище на радостта” и “Осмото чудо на света”.**

АКАДЕМИЧНИ СТАНДАРТИ

ЕСПА е единственото частно училище в България, в което се изучават успоредно два чужди езика още от детската градина - английски, немски или испански, като втори чужд език. В ЕСПА децата покриват ниво Expert C1, равняващо се на завършена английска гимназия още в шести клас.



ЕСПА ежегодно предоставя стипендии на своите възпитаници. В чест на своята 20-та годишнина училището предостави и стипендии за две талантливи български деца.

Изключително признание за качеството на образователната стратегия на ЕСПА е приятелството с Токай Университет – втората по мащаб образователна институция в Япония. След посещението си в ЕСПА през 2002 г. президентът на ТОС, проф. Тацуро Мацумае, изпрати 35-членна делегация от директори на училища и детски градини от Токайската образователна верига, които посетиха ЕСПА, за да се запознаят с Авторската образователна концепция на училището, уникалните форми на работа и организация на живот в ЕСПА.

www.espa-bg.com; 1784 София, ж.к.Младост 1, до бл.67; +359 899 161734; <http://www.facebook.com/espa.school>



Децата с изявен математически талант работят в отбори по математика още от първи клас. А след четвърти клас в математически паралелки. Признание за елитния преподавателски състав са успехите на децата. Отборът на четвърти клас е на второ място в страната за учебната 2011/12 година, а **Ивайло Стоянов** от пети клас за втора поредна година е с най-висок резултат от всички национални състезания по математика за първия учебен срок и е отличен със златен медал.

Академичните стандарти на ЕСПА осигуряват на всички възпитаници отлични оценки на тестовете за национално външно оценяване на **МОМН** за четвърти и седми клас. Седмокласниците се класират по първо желание в избраните от тях училища в България и по света – Американски колеж в София, Stowe School, Institut Le Rosey, Switzerland, Laceum Alpinum Switzerland и други.

по бизнес администрация в Бейрут. След обучението си напуска Ливан през 1965 г., за да работи като учител в Саудитска Арабия, а след това продължава кариерата си в строителна фирма, която сам създава.

С нея той успява да построи хотел в Таиф, Саудитска Арабия, с който печели симпатиите на саудитския крал Халид. В резултат на това той откупува компанията „Огер“, която пък се превръща в основен изпълнител на проектите на кралската фамилия.

През 1978-а Харири става гражданин на Саудитска Арабия, а малко по-късно се превръща във водещ предприемач в страната. Бизнес интересите му се простират през банкиране, недвижими имоти, петрол, промишленост и телекомуникации. През 1993 г. основава телевизионен канал в Бейрут и купува дялове в няколко ливански вестници.

Политическата кариера на Рафик Харири започва през 1992 година, когато се връща в Ливан и става министър-председател. Заема поста първо до 1998 година, а след това и от 2000 до 2004 година. Работи и като член на Европейския парламент от 1996 г. до смъртта му през 2005 година.

Не липсват и скандали около него. Рафик Харири е считан за основен участник в широко разпространената корупция, от която страда Ливан по време на сирийската окупация. Неговото богатство нараства от по-малко от 1 милиард долара, когато е назначен за министър-председател през 1992 г., до над 16 млрд. долара през 2005 година.

Дружеството за развитие и възстановяване на Бейрут, известно като Solidere, в което Харири е основен акционер, приватизира повечето имоти в централната бизнес област на града. Той става известен и с рушвети, идващи от публичните разходи. В резултат на



Бахаа е първородният син на фамилията. Сега той ръководи своя компания от Монако



Бахия Харири е сестра на Рафик Харири и министър на образованието на Ливан. Тя ръководи семейната фондация, която се занимава главно с образователни и социални проблеми

нарастващата критика и народното недоволство спрямо политиката на Харири, правителството забранява публичните демонстрации през 1994 г.

Правителството му поставя и строг контрол над всички големи телевизионни и радиостанции под прикритието на „законови регулации“. При неговото управление

Патриархът на фамилията - бившият ливански премиер Рафик Харири. Той натрупва богатството си в Саудитска Арабия, но после се връща и управлява родната си страна до 2005 г., когато загива в бомбена експлозия

гълът на страната нараства от 2,5 млрд. долара до над 40 млрд., а икономическият растеж се забавя от 8% до минус 1%.

На 14 февруари 2005 г. Рафик Харири е убит, заедно с още 21 човека, при експлозия на около 1800 кг тротил край хотел „Св. Георги“ в Бейрут. Експлозията става, когато кортежът на бившия министър-председател преминавал по крайбрежния булевард.

Сред мъртвите са няколко от най-близките и дългогодишни приятели на Харири, както и бившият министър на икономиката Басел Флейхан. Рафик Харири е погребан заедно със своите спътници близо до гробницата „Мохамед Ал Амин“ в центъра на Бейрут.

Убийството на Харири води до политическа криза в Ливан, която прераства в убийства на религиозна основа и атентати. Докато е премиер, Харири твърдо се противопоставя на сирийското военно присъствие в Ливан. След убийството му, под натиска на международната общност, Сирия напълно се изтегля от страната.

Дамаск отрича съпричастността си към това убийство, но през януари 2006 г. бившият сирийски вицепрезидент Абдел Халил Хаг-дам обвини Башар Асад, че лично е издал заповедта за ликвидирането на Харири.

Комисията на ООН, разследваща убийството на Харири, стига до заключението, че сирийски представители, заедно с техни ливански колеги, са замесени в убийството на бившия ливански премиер. Четирима просирийски генерали бяха арестувани в Ливан, но срещу тях все още няма произнесени присъди.

През 2009 година Саад Харири, един от петимата синове и общо шест деца на Рафик Харири, получава мандата за съставяне на ново правителство в Ливан. Роденият през 1970 година Саад става водач на ливанските сунити и лидер на



Саад със съпругата си Лара, двамата си синове Хусман и Абдул Азис и дъщерята Лува

движението „Мустакбал“ - най-голямата политическа партия в Ливан, с най-много места в парламента.

Роген в Риад, Саудитска Арабия, след завършването на бизнес университет в Щатите, Саад Харири поема активно менажиране на част от бизнеса на баща си. След убийството той наследява 4,1 милиарда долара заедно с останалите наследници и през 2006 година попада за първи път в класацията на милиардерите. Към този момент състоянието му се изчислява на около 2,3 милиарда долара.

През март 2010 г. Саад Харири посети България и се среща с премиера Бойко Борисов, който му върна визитата през декември. Малко по-късно, през 2011 година, за нов собственик на „Виваком“ се спрягаше ливанската компания „Огер телеком“, негова собственост. Сделката обаче се провали. Същото крило за телекомуникации, създадено през 2006 г., притежавава мобилни оператори в Турция, Дубай, Саудитска Арабия, Йордания, Ливан, Южна Африка.

На 12 януари 2011 година, минути след като Саад Харири позира за снимки с президента Барак Обама в Овалния кабинет, опозиционните партии подават оставка от кабинета, като възражение за неспособността на правителството да предприеме важни решения, което води до разрухата на правителството му.



Семейство Харири в годините, когато баща им управлява Ливан



Хинд е омъжена за Мохамад Анас Ал Карут, а сватбата им е широко обсъждано в Ливан събитие



Фахд и съпругата му могат да бъдат забелязани и на светски събития, защото тя е филмов продуцент

Саад остава служебен премиер за още четири месеца след краха на кабинета му. Новото ливанско правителство е окончателно формирано на 13 юни 2011 г. и се ръководи от Нагжиб Микати, който създава коалиция, водена от Хизбула.

От съображения за сигурност Саад Харири живее извън Ливан, разделяйки времето си между домовете си в Париж и Риад. И до момента остава председател и главен изпълнителен директор на Saudi Oger, една от най-големите строителни фирми в Саудитска Арабия и източник на богатството на семейството. Днес той се нарежда на 792-ра позиция в класацията на най-богатите хора със състоянието, оценявано на 1,9 млрд. щатски долара.

В класацията на най-младите милиардери попадат и другите деца на Рафик Харири. Бахаа Харири е роден през 1966 година и е най-големият син на бившия ливански премиер. Към 2012 година богатството му се оценява на 2,5 млрд. долара, което го праща в топ 500 на най-богатите хора в света. Бахаа Харири получава бакалавърска степен от Бостънския университет през 1990 г. и скоро след това се връща в Саудитска Арабия, за да работи в строителния бизнес на семейството си. От 2008 година ръководи собствена компания за недвижими имоти от Монако.



„Сауди Огер“ е част от консорциума, който извършва строителни дейности по мегапроекта за високоскоростната железопътна линия Харамайн, свързваща Мека с Медина в Саудитска Арабия (449 км). Проектът се очаква да улесни милионите поклонници, които посещават двата свещени за мюсюлманите града



Паметникът на Рафик Харири в Бейрут

Подобно на брат си Бахаа, Айман Харири също получава значителна сума като наследство след смъртта на баща си. Айман е заместник генерален директор и член на Съвета на директорите на Saudi Oger, както и главен изпълнителен директор на Erock Inc, американска компания, специализирана в развитието на технологиите за подобряване на глобалните комуникации. Той е и член на борда на Cell C, мобилен телекомуникационен оператор в Южна Африка. Днес Айман е известен с това, че е един от малкото изпълнителни директори, които съчетават дълбоки практически знания за сложни технологични концепции с впечатляваща история на предприемачески успех. Състоянието му се оценява на 1,3 млрд. долара.


На толкова се оценява и състоянието на най-малкия син на Рафик - Фахд Харири. Заедно с наследството, останало от баща му, Фахд печели и чрез строителство, недвижими имоти и инвестиции. Той

е роден в Рияд, Саудитска Арабия, но се мести в Париж, Франция, когато е на едва 9 години. Завършва архитектура през 2004 година. След смъртта на баща му през 2005 г. Фахд започва работа с братята и сестри си, за да поддържа семейния бизнес. Не е стъпвал в Бейрут след убийството. Въпреки това той все още развива бизнес с жилищни сгради там. Докато все още е студент в Париж, продава мебели на клиенти в Саудитска Арабия. Той често се появява по светски събития със съпругата си, която е филмов продуцент.

Хюсам Харири пък почина през 1990 година в автомобилна катастрофа, в която е загубил контрол над колата, докато се състезава с брат си. Израснал в Саудитска Арабия, той живее сам в апартамент извън кампуса, докато е студент в Масачузетския технологичен институт. Хюсам е студент в катедрата по математика, развивайки широк спектър от научни и спортни интереси.

В семейството на Харири има и гъщеря. Хинг Харири (родена 1984 г.) стана най-младият милиардер в света през 2006 година, когато наследи 1,4 милиарда долара от богатството на баща си. 28-годишната Хинг е завършила Американския университет в Ливан. Тя провежда изключително успешната кампания на брат си Саад в последните парламентарни избори.

Днес Саад, Бахаа, Айман, Фахд и Хинг Харири участват активно и в развитието на фондация „Харири“, преименувана на фондация „Рафик Харири“ в чест на баща им. Постиганията ѝ са многобройни. Сред най-забележителните е фактът, че организацията успява да обучи повече от 36 000 ливански студенти по цял свят, както и че осигурява стотици милиони долари, за да се предефинира лицето на социалните йерархии в Ливан. Фамилията подкрепя активно благотворителността заедно с редица неправителствени институции. Те успяват да закупят и основат редица училища, в които добавят социални и образователни програми. Президент на фондацията е сестрата на патриарха на фамилията Рафик Харири – Бахия, която е и министър на образованието в Ливан.

Между политическата битка с Башар Асад и скандалите с корупция, фамилия Харири успява да остави своята следа в развитието на Ливан и да създаде успешен бизнес в почти всички сектори, преобразявайки за няколко години изцяло страната. 

ОРЕХИТЕ

МАЙСТОРЛЪШКИ МЕЗЕТА



В Добруджа
оше разказват
за майстора,
който от всички места
в къщата,
най-обичал чардака.
Един ден се
вдъхновил от
благата му сянка и
започнал да окачва
луканките си там -
...да ги гали вятърът,
...да им пази сянка
старият орех,
...да попиват от сладките
приказки на чардака!
Затова така сладки
ставали луканките,
сладки като приказките,
който били „чули“.
Мек бил вкусът им
и всички искали
да ги опитат.
А шом като веднъж ги
опитали,
все тях търсели.

Опитайте и вие
новата луканка
„Чардака“
от Майсторлъшки мезета
Орехите!



Изпълнителният директор на Barneys Марк Лий и Сара Джесика Паркър на парти



Новият собственик на компанията Ричард Пери и съпругата му Лиса, която е дизайнер



Синът на Барни - Фред, превръща Barneys в синоним на лукса

Храм на лукса



С нов собственик и нова маркетингова стратегия Barneys New York излезе от дългогодишната си финансова криза и защити репутацията си на един от водещите играчи на пазара на дизайнерски стоки



БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

Точно преди година легендарната американска верига магазини за дизайнерски стоки Barneys New York се сдоби с нов собственик. Инвестиционният мениджър Ричард Пери сложи ръка върху контролния пакет акции на компанията, след като покри 540 млн. долара от общо 590-милионния ѝ дълг. Така приключиха близо 20-годишните ѝ финансови неволи. Но в общ план предизвикателствата пред нея продължават да са сериозни.

Магазините Barneys открай време се славят с атрактивните си витрини

Състоянието на пазара на луксозни стоки в момента е твърде особено, тъй като клиентите са раздвоени между тръпката да намират дизайнерски стоки с огромни отстъпки онлайн и нуждата да се почувстват специални, посещавайки прочут магазин. Пери

е убеден, че Barneys може да им предложи комбинация от двете и да се превърне в бизнес за милиарди, възползвайки се по-добре от възможностите, които предоставя интернет. Тъй като огромният финансов дълг вече не стои като проблем пред компанията, слу-



Холи Бери излиза от лосанджелиския Barneys, натоварена с покупки



жителите на всички равнища са ангажирани в подобряването на позициите ѝ на пазара. Малко след като Пери седна на президентския стол, беше представен нейният нов сайт. В него се предлага почти целият асортимент от стоки в магазините Barneys – дамски, мъжки и детски облекла и аксесоари, козметика, парфюми, бижута, подаръци и луксозни стоки за дома на стоици прочути дизайнери, модни къщи и компании. Сред тях са Yves Saint Laurent, Christian Louboutin, Fendi, Givenchy, Marc Jacobs, Lanvin, Balenciaga, Prada,

Alexander Wang, Jil Sander, Manolo Blahnik, Burberry, Chloe, Tom Ford, Rochas и много други.

В самите магазини Barneys в Ню Йорк, Чикаго, Лос Анджелис, Лас Вегас и другите големи американски градове напоследък също се забелязва промяна. Те постепенно се разделят с репутацията си на места, където пазаруват предимно богатите и известните, и започват да привличат все повече средностатистически американци и туристи. Пог

Вещото ръководство на новото началство

Barneys се отърсва от прецизно култивирания си снобарски имидж и се превръща в достъпна луксозна марка. Този подход започва да се отплаща – през 2012 г. компанията е отбелязала приходи от над 750 млн. долара, около 80 милиона от които са чиста печалба. Почти пророчески се оказват гумите на Сара Джесика Паркър, която преди време заявява следното пред списание Vanity Fair: „Ако работиш здраво, ще имаш възможност да пазаруваш в Barneys. Това е декагентско възнаграждение.“

Историята на Barneys започва точно преди 90 години с малко магазинче за мъжко облекло на манхатънското Седмо авеню. Отваря го 28-годишният Барни Пресман с парите, получени от залагането на годежния пръстен на жена си. Идеята е нейна. По-нататъшните заслуги за успеха на магазина обаче са изцяло на Барни. По онова време в Ню Йорк вече има немалко утвърдени бутици за облекла, като Macy's и Brooks Brothers. Съвсем логично водещите производители на висококачествени костюми предпочитат да търгуват с тях, вместо с Барни. Но той намира начин да ги заобиколи.

От магазини в южните щати новоизпеченият търговец започва да купува костюми на разпродажба, както и мостри, а след това да ги предлага с невероятна от-

стъпка в цената. Продава хиляди „контрабандни“ бройки, разпалвайки до крайна степен гнева на производителите. Дори слага на витрината на магазина си огромна табела с надписа „Без боклуци, без вехтории, без имитации“. Впоследствие той е заменен от „За мъжа, който знае.“

Бързо натрупал редовни клиенти, Барни зарежда модели на

40 популярни марки

и предлага безплатни корекции. В началото на 30-те започва да рекламира магазина си по радиото и телевизията и след време заявява нееднократно, че е първият манхатънски търговец, на когото му е хрумвало да го направи, Но синът му Фред е този, който превръща Barneys в синоним на лукс, високо качество и изискан стил. Барни му отстъпва управлението на бизнеса в средата на 50-те години, макар че се оттегля от него чак през 1975 г. През въпросната година приходите на магазина са близо 35 млн. долара, а Фред отдавна е циментирал репутацията му на място, в което по всяко време могат да се открият скъпите костюми Brioni, както и други чудеса на италианския дизайн. Младият Пресман започва да пътешества из Европа в началото на 60-те години в търсене на семейно управлявани фирми, които правят висококачествени ръчно ушити костюми, ризи, вратовръзки и ръкавици. Първо обикаля Италия, а след това Франция и Англия. Близо десетилетие Barneys е единственият магазин в Ню Йорк, продаващ европейски облекла. През 1976 г. той става и първият в САЩ, който започва да предлага костюмите на Джорджо Армани. По онова време никой в страната не е чувал за дизайнера и Фред сключва договор с него за ексклузивна продажба на бъдещите му творения. Когато съвсем скоро небрежният стил на Армани се превръща в сензация, Barneys отчита огромни приходи.

По онова време магазинът вече е на 5 етажа, с обща площ от 9300 кв. метра и 20 индивидуални



ФАКТИ

✓ Преди да бъде купена от Ричард Пери в продължение на около 5 години, компанията е собственост на базирания в Дубай холдинг Istithmar, който се сдобива с нея срещу 942 млн. долара. Малко след като това става факт, изпълнителният директор на Barneys Хауърд Сокъл подава оставка и постът остава свободен в продължение на повече от 2 години. През септември 2010 г. на него застава Марк Лиу – ветеран в модната индустрия и бивш изпълнителен директор на Gucci Group.

✓ В момента компанията притежава огромни търговски центрове на по няколко етажа в Ню Йорк, Бевърли Хилс, Бостън, Чикаго, Сан Франциско, Лас Вегас, Далас, Сиатъл и Скотсдейл, както и десетки по-малки магазини и аутлети в САЩ и Япония.

✓ Магазините Barneys SO-OP са същинска мека за млади и начинаещи дизайнери и са прочути с това, че откриват и популяризират нови имена. Историята им започва през 1985 г., като в момента на територията на САЩ има над 20 на брой. Първоначално са част от големите магазини Barneys, но впоследствие са отделени.

✓ Към магазините в Ню Йорк, Бевърли Хилс и Чикаго има изискани ресторанти на име Freds, които привличат отбрана клиентела.

бутика, заредени с около 60 хиляди костюма. Фред поддържа колекциите на всички прочути дизайнери от онова време, като Пиер Карден, Кристиан Диор, Живанши и Бил Блас. Броят на шивачите, извършващи незабавни корекции на костюмите, е близо 250. А два пъти годишно Barneys организира складова разпродажба на стари модели – истински празник за нюйоркчани, който води началото си от 1973 г.

Популярността и богатството обаче не повлияват по никакъв начин на огромната отгаденост на Фред. Твърдо убеден, че негово задължение е да

ръководи вкуса на клиентите си

той лично одобрява всички модели и ако нещо не му хареса, го връща на производителя за поправка. Синовете му – Джийн и Боб, които влизат в семейния бизнес в началото на 70-те години, неслучайно твърдят, че не са могли и да мечтаят за по-добър учител от него. Тяхна обаче е идеята Barneys да започне да продава и дамски облека и аксесоари. Случва се през 1976 г., а съвсем



Основателят Барни Пресман пред първия си магазин в Манхатън през 20-те години на миналия век



Опашката от нюйоркчани, желаещи да се доберат до първата складова разпродажба през 1973-а



Royal Castle

Design Hotel & Spa



Enjoy the Beauty!

Royal Castle Hotel & Spa · Elenite Bulgaria
Phone: +359 55 468 960
call centre: +359 70 018 411
www.royalcastle-bg.net

Точно както и в магазините, обстановката в ресторантите към тях е подчертано елегантна

скоро асортиментът на магазина се разнообразява и с козметика, антики и луксозни стоки за дома.

Точно десетилетие по-късно в Манхатън отваря врати втори магазин Barneys на стойност 25 млн. долара. Той е с площ 6500 кв. метра, включва унисекс салон за красота и ресторант и само за година отчита продажби в размер на 90 млн. Този огромен успех е демографски обусловен. Ню Йорк от онова време е белязан от възхода на своите т.нар. арогантни, умни деца – юпитата. За разлика от предишните поколения, тази нова класа определя себе си посредством онова, което „консумира“ – било то съвременно изкуство или шикозни черни дрехи. И Barneys е нейният магазин.

„Той беше свързан с нюйоркската култура по същия начин, по който бяха и филмите на Уди Алън – казва Рони Нюхаус, която по онова време е част от рекламния екип на компанията. – Всички знаеха, че Barneys е мястото, където пазаруват готините и просветени нюйоркчани, културният елит.“

През 1993 г. компанията отваря




настоящия си централен магазин на манхатънското Медисън авеню. Той е на 9 етажа и с площ от 21 хиляди квадратни метра. По онова време това го прави най-големият нов магазин в Ню Йорк от времето на Голямата депресия през 30-те години на миналия век. В изграждането и интериора му са вложени 267 млн. долара, като мозайката на партерния етаж е мраморна, а таваните са

декорирани с позлатени листа

На следващата година компанията, ръководена вече изцяло от Джиън и Боб, отваря първия си ма-

газин извън Ню Йорк – в Бевърли Хилс, и обявява плана си за национална експанзия. Междувременно се появяват и първите индикации, че финансовото ѝ състояние далеч не е стабилно. Немалка част от близо 7-те хиляди партньори на Barneys отказват да зареждат магазините от веригата заради забавени плащания – често с повече от 6 месеца.

Скоро компанията затъва в дългове и вместо да потърсят начин да се споразумеят с кредиторите си, през януари 1996 г. Джиън и Боб обявяват фалит. 3 години по-късно се случва непоправимото – Barneys става собственост на японския им партньор Isetan Co., който в началото на 90-те финансира мултимилionenното разширяване на веригата. Двамата братя остават с по-малко от 2% от акциите на компанията, а през декември 2004 г. продават и тях. Barneys е купена от американската Jones Apparel Group за 400 млн. долара, а семейство Пресман става част от миналото ѝ.

Погледнато отстрана, в това няма нищо трагично – в света на бизнеса често се случват подобни неща. Но Барни и Фред вероятно още се обръщат в гроба. 

Новият собственик

Върл демократ, любящ съпруг и баща на близнаци, 58-годишният Ричард Пери е известен в света на бизнеса като опортюнистичен инвеститор, който не се страхува да рискува. Неслучайно твърди, че купува всичко, което гругите избягват. Основава фонда си Perry Capital през 1988 г., след като над десетилетие трупа опит в прочутата инвестиционна компания Goldman Sachs. През следващите 20 години Пери успява да натрупа впечатляващо богатство. Но точно след като през есента на 2008 г. списание Fortune му посвещава хвалебствена статия, в която той дискутира инвестиционната си стратегия, икономическата криза променя всичко. Печалбите на компанията през въпросната година

спадат с 27% в сравнение с предишната – предимно заради дела ѝ във Volkswagen. За Пери не остава никакво съмнение, че трябва да се запознае отблизо с европейската дългова криза и влиянието ѝ върху инвестициите. През следващите 2-3 години той прави именно това – посещава неколккратно Лондон, Париж, Брюксел и Берлин, разговаряйки с десетки банкери, бизнесмени и политици. Днес казва, че познава повече хора в немския Бундестаг, отколкото в американския Конгрес. Но усилията му си струват. В момента Пери има дялове в A.I.G., в исландска банка, в немска фирма за недвижимо имущество и в други компании, които пази в тайна.

Убеден е, че успехът му е резул-

тат единствено на интелигентността и отдадеността му на работата. „Независимо дали съм прав или не, аз мисля в различна посока от всички, които познавам“, твърди Пери. Той се интересува живо от делата на Barneys и посещава магазините 4-5 пъти седмично. Затова и изпълнителният директор на компанията Марк Лий го нарича „нашият собственик-покровител“. Пери, от своя страна, се допитва често до него и се вслушва в съветите му, тъй като все още не познава добре модната индустрия. Разбира се, огромна помощ в това отношение му оказва и съпругата му Лиса, която е дизайнер. Той обаче категорично отрича твърденията, че е купил Barneys заради нея.

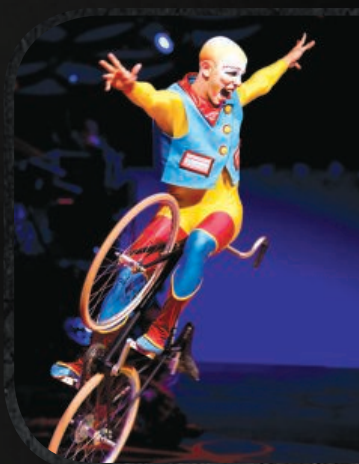
www.bela.bg



НОВИЯТ БРОЙ ВЕЧЕ Е НА ПАЗАРА

ПРОДАВАЧИ НА ШАСТИЕ

„Цирк дьо Солей” се ражда на улицата, а днес е една от най-големите индустрии за забавление. Успешната бизнес история, зад която стои Ги Лалиберте, се изучава и в учебниците





ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

На сцената излизат десетки акробати и музиканти от 15 държави, облечени в пищни костюми. Спектакълът е съпроводен от оригинална музика на живо и главо-замайващ декор. Следват спиращи дъха акробатични номера, където гръзките играчи на трапец „летят“ покрай люлеещите се на повече от 12 метра над сцената въжета, докато гъвкави артисти боравят с пламтящи ножове около телата си в ритмичния и опасен танц. Това е само част от уникалния дух на едно явление в развлекателния бизнес и една от най-големите компании в тази сфера - „Цирк дьо Солей“ (Cirque du Soleil).

Красота, феерия и невероятни акробатики на ръба на човешките възможности – дори тези гуми не стигат, за да се опише феноменалният „Цирк дьо Солей“. Най-известната трупа в света спира дъха на малки и големи в цял свят с изумяващи акробатични номера и грациозни композиции от човешки тела с жонгльори и клоунски забавления, а основателят Ги Лалиберте се превръща от просещ човек на улицата в един от най-богатите хора в света.

Историята на невероятния цирк датира от началото на 1980 година, когато уличният изпълнител със забележителни умения Жил Сте-Круа, заедно с други артисти, основава малка трупа за представления на улицата. Скоро обаче към групата се присъединяват и Ги Лалиберте и Даниел Готие - улични артисти, свиращи на акордеон, ходещи на кокили и правещи огнени номера.

През същата година Готие, Лалиберте и Сте-Круа вече планират да създадат цяла трупа. За набирание на средствата за тази цел те привличат вниманието



В звездната трупа днес участват 1300 артисти, някои от които са олимпийски шампиони и атлети



на правителството на Квебек, най-голямата провинция в Канада. Скоро след това триото получава необходимите средства. Въпреки това първоначално Les Echassiers, както се наричат, е търговски провал и претърпява значителни загуби. Триото решава да организира панаир, където да обмени идеи с други изпълнители и да научи нови трикове, за да опита да се разрастне. Панаирът стартира през юли 1982 г. и включва различни циркови семинари за хора, които биха могли да участват в представленията.

Така през 1984 г., по време на 450-ата годишнина от откриването на Канада от Джак Картие, трупата убеждава организаторите на тържествата в Квебек да им предостави безвъзмездна помощ от 1,2 милиона канадски долара, с които да се сформира „Цирк дьо Солей“. За „баща“ на цирка се смята Лалиберте, който взема най-дейно участие в новия проект. След като получава одобрение, вече организираната многобройна трупа започва представления в цял Квебек под новото име. В буквален превод то означава „Цирк на Слънцето“ и символизира младостта, енергията, силата и светлината.

От самото начало представленията на „Цирк дьо Солей“ са по-различни от изпълненията на традиционните циркове. Те предлагат много повече, тъй като има артисти от няколко страни, създаващи невероятни светлинни ефекти, собствена музика, както и коренно различни костюми. Стратегията, по която се реформира „Цирк дьо Солей“, става цяло явление в икономиката и се нарича Blue Ocean (в буквален превод „Син океан“). Чрез нея циркът успява да постигне толкова приходи за 20 години, колкото най-големите два водещи цирка, Ringling Bros и Barnum & Bailey, не успяват за столетие. Според тази стратегия конкуренцията е напълно

отстранена чрез няколко управленски стъпки.

Първата от тях е премахването на скъпите номера с животни и големи звезди, както и използването на няколко арени. Това е революционен подход, защото тези фактори са се считали за даденост в цирковото изкуство. „Цирк дьо Солей“ обаче предприема друга стратегия. Причините за този ход са цените на животните, тяхната издръжка, гледане, застраховка, транспорт и гресировка. „Предпочитам да храня трима акробати, а не един слон“, казва Лалиберте тогава. Освен това, независимо, че цирковата индустрия разчита на звездите участници, публиката рядко запомня за дълго време техните имена, външност и изяви. Многото арени също вече са история. Те не само създават неудобство на публиката - да се „разтроява“ постоянно, но и увеличават разходите поради необходимостта от много изпълнители.

Следващата стъпка е снижено използване на практиката на продажба на билети с намаление. За сметка на това циркът създава нови и внедрява непознати за цирковия бранш фактори като множество представления, по-удобна среда за публиката и оригинална музика и танци. Освен това, за разлика от традиционните циркови представления, съставени от поредица несвързани действия, всеки спектакъл на „Цирк дьо Солей“ има своя идея и сюжетна линия, като по този начин наподобява театрално представление. Подобно на спектаклите на Бродуей, всяко представление на цирка има оригинална оркестрация и разнообразна музика, която определя визуалните ефекти, светлините и времетраенето на всяко действие, а не обратно. Представленията включват и абстрактни и спиритуални танци – идея, взета от театъра и балета.

Тези характеристики отварят ново пазарно пространство на „Цирк дьо Солей“ и го разграничават силно от конкурентите му. Благодарение на това нарастват и приходите. Компанията



Ги Лалиберте доказва, че мечтите са възможни. Освен че е създал на най-успешната компания за забавления, той лети и в Космоса

успява да увеличи значително цената на билетите си, а големият интерес към програмата става все по-голям.

Така вместо да спазва традиционната логика за изпреварване на конкуренцията чрез предлагане на по-добро решение на даден проблем – създаване на по-смешен и по-вълнуващ цирк – Лалиберте се връща към корените на цирковото изкуство и го съчетава с интелектуалната изтънченост и артистичното богатство на театъра. „Не преоткрихме цирка. Просто го препакетирахме по много по-удобен и модерен начин“, споделя той.

След първото си турне през 1984 г. циркът получава допълнителна субсидия от правителството на Квебек. С тези средства трупата извършва основен ремонт и се реорганизира. За целта Лалиберте се среща с Гаи Карон, основател на Националното цирково училище на Канада, който започва да работи като артистичен директор на

„Цирк дьо Солей“. Така той заедно с Лалиберте играят важна роля в препроектирането на компанията. Промените включват добавянето на концертна банда, която изпълнява силно емоционално заредена музика от началото до края на представлението, а сюжетната линия става ненарушена, като самите изпълнители участват в оборудването на сцената, смесвайки го с тяхното изпълнение.

През 1985 г. трупата започва изпълнения и извън Квебек, насърчена от положителната реакция от страна на публиката. Циркът започва участия из цяла Канада, а към него се присъединяват известни лица като Даниел Ламар, тогава президент и главен изпълнителен директор на най-големия телевизионен оператор в Квебек.

В началото на 1990 г. „Цирк дьо Солей“ вече продава по 2500 билета на изпълнение и разполага с различни трупи, които обикалят всички части на света. Компанията се радва на огромен успех и отлични реакции и в края на турнето 1,3 милиона души са наблюдавали изпълненията им.

В средата на 1991 г. циркът е в състояние да убеди Fuji Television Network да спонсорира турнето им в Азия и за целта получава 40 милиона щатски долара. Циркът посещава осем града, включително и Токио. От там нататък започва рязък възход - следват обиколка в Европа и САЩ. Откъдето и да мине, „Циркът на Слънцето“ предизвиква небивал възторг, очи, замръзнали в почуда.

В следващите 20 години компанията разработва най-успешните си представления, изпълнени по цял свят - Mystère, KÀ, LOVE, O и Zumanity - пружазка от акробатични изпълнения, тествачи законите на



Изпълненията на артистите са на ръба на физичните закони и оставят зрителите притихнали от възхита

физиката, невероятни чудеса и главозамайващ декор.

„Цирк дьо Солей“ продължава да еволюира и днес. В компанията работят около 5000 души. От тях 1300 са артистите, измежду които са и много олимпийски и световни шампиони в атлетиката. За момента те са стъпили в повече от 50 страни по света. В компанията работи и българинът Божидар Евтимов - готвачът, който приготвя закуска, обяд и вечеря за артистите, техническите работници и мениджърите. Той е един от петимата, които се грижат за менюто на трупата, без значение в коя точка от земното кълбо се намират.

Процесът на намирането на нови таланти за „Цирк дьо Солей“ обаче е дълъг и може да отнеме години. Понастоящем има двама скаути за таланти, които редовно присъстват на 15 видни спортни събития и участват в около 20 прослушвания всяка година. Започвайки с Летните олимпийски игри през 2000 година, скаутите вече следят и професионалните атлети. Неслучайно 65% от изпълнителите на Cirque Du Soleil са спортисти в различни области.


След като някой спечели вниманието на скаутите, неговият прогрес започва да бъде внимателно следен, като огромно значение играят напредъкът и развитието на талантите. Когато има нужда от нови артисти в трупата, скаутите избират измежду най-перспективните за първо прослушване. Това е само едно от изпитанията пред новите попълнения. Изпълнителите не само трябва да са атлетични, но и артистични, за да могат да импровизират при необходимост. Заболявания, наранявания и други непредвидени ситуации рутинно променят аспекти от различните шоу програми. Един пример за такъв случай е злополуката, настъпила по време на представление, когато акробат пада от 12 метра височина и чупи глезена си. Циркът обаче е сработен отлично и подобни инциденти по никакъв начин не застрашават спектаклите.

След посещенията от над 100 млн. зрители на шест континента представления, „Цирк дьо Солей“ най-накрая гостува и в България с пет представления „Салтимбанко“ в „Арена Армеец“ в София в началото



което се запалва покрай работата на цирка във Вегас. Достига и финалната маса на световните серии по покер – признание, с което малцина професионални играчи могат да се похвалят. Организатор е и на най-големите бохемски партита в света.

„Аз съм благословен за това, което имам, но вярвах в него от самото начало. И до днес мечтата ми не се е променила: аз все още искам да забавлявам хората, да забавлявам себе си и да пътувам“, казва той след повече от 25 години на върха на собствената си детска мечта. През 2009 г. канадецът плати 35 млн. долара, за да полети в Космоса. Престоят му там продължи почти 11 дни, а целта му бе да насочи вниманието към ограничения достъп на чиста вода за много хора по света чрез 120-минутно предаване, излъчвано директно от Космоса.

Ги Лалиберте днес е продуцент, артист, покер шампион, бохем и филантроп. Но преди всичко той си остава мечтател, доказващ, че мечтите се събъдват тогава, когато човек вярва силно в тях. Описва „Цирк дьо Солей“ така: „Във всеки възрастен има по едно дете, което не пораства. А ние сме търговците на щастието, които дават възможност на хората да мечтаят като деца“. Той успява да създаде успешно цяла индустрия на забавления, чиято история е почти митична. „Цирк дьо Солей“ има и сериозен оттенък върху бизнес сферата и влиза в учебниците като най-успешното съчетание от цирк, театър, пантомима и магия. 

на 2012 г. Акробати, клоуни и музиканти представиха пищен спектакъл, който достига почти до прага на „невъзможното“ за сетивата на препълнените залата зрители. Повече от четвърт век след създаването си, „Цирк дьо Солей“ е най-великото постижение в сферата на забавлението и може да се похвали с една от най-интересните истории за бизнес успех някога. Компанията се радва на отлично международно признание и е известна с претърпяването на цирковото изкуство.

Заг всичко това сега Ги Лалиберте, който сега бере плодовете на вълшебните си мечти. 53-годишният цирков артист започва от изпълненията на улицата, но днес е в списъка на най-богатите хора в света. След като през 2000 година Лалиберте изкупува дяловете на своите партньори в „Цирк дьо Солей“, той поема еднолично контрола над компанията.

Състоянието му е оценено на 2,6 млрд. щатски долара, с което заема 459-о място в ранглистата на най-богатите. Лалиберте обаче е далеч по-любопитна фигура от просто един богаташ. Той е и световен шампион по покер - скъпо хоби, по

Всяко от представленията следва своя сюжетна линия, има специално художествено и музикално оформление





Любовта е всичко

Животът на Богомил Арсов е низ от необичайни истории, затова и картините му имат приказни сюжети



Лудият колоездач

Невероятната съдба на художника



Художникът Богомил Арсов

ФОТО: БОГОМИЛ АРСОВ

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Пътувах за Мексико, но едничият двигател на самолета се запали и кацнахме аварийно в Гватемала. Оцеляхме по чудо. Останах, за да разгледам отблизо страната, в която съдбата ме отведе с това екстремно изживяване. Впоследствие реших там да уча изкуство и така завърших Universidad Popular de Guatemala. Затова цветовете в картините ми са

микс от емоции и преживявания в България и Гватемала, разказва художникът Богомил Арсов.

Животът му е осеян с невероятни случки, но трябва да го преградоположите, за да започне да разказва. Приказното настроение е не само в неговите картини, явно от всекидневието му то влиза и в платната. През 1999 г. в софийска галерия се среща с адвокат от САЩ. Изобщо не предполагал, че животът му е



Молитва



Бягство от земите на лошите момчета



Любовен дует



Пейзаж



Ангел по неволя

скроил приятна изненада и точно този юрист ще е връзката към запознанство с един от влиятелните мъже в света, който има верига от ресторанти за палачинки по цялото земно кълбо. Преди време български емигрант

му бил дал покана за прием, който самият той давал в Ню Йорк. На нея бил сложил репродукция на картина от Богомил Арсов. Творбата го поразила и искал на всяка цена да я притежава. Затова командирова свой представител в София със задачата да открие живописеца и да купи платното. Предложението надминало и най-смелите очаквания на художника, макар парите никога да не са били

движещ фактор за него. Както в приказките, човекът от Америка станал негов меценат и през следващите две години откупил общо 50 картини. След това в един хубав ден изпратил частния си самолет да отведе автора в Ню Йорк за най-хубавата изложба в неговия артистичен живот: „Бях на крачка от славата и парите, докато не се




Флейтистка

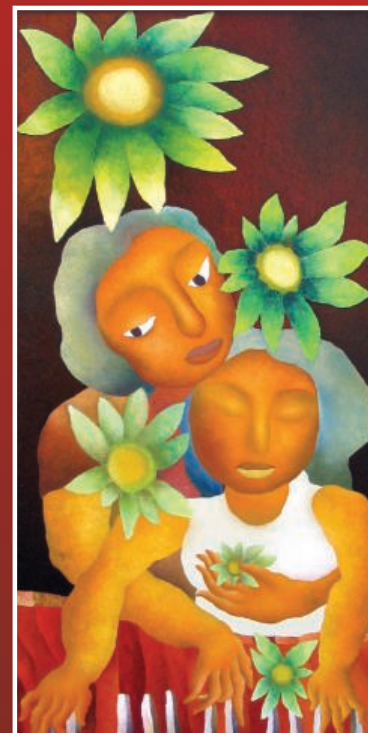


Рибарче

появи Тя... Звучи невероятно, но е самата истина. Това е много дълга история и за да я чуете, ще трябва чаша уиски и багеми.”

Всеки човек се ражда на земята с определена мисия. Неговата същност се проявява по много различни начини. При мен това е рисуването. Да се превърна в съвършен инструмент в ръцете на Бог! Съвсем груо е въпросът дали повечето хора осъзнават тази истина, споделя Богомил Арсов. Роден е в София през 1970 г., израства в среда, в която изкуството е на почит. Завършва техникума „С. М. Киров” през 1989-а, а през 1991 г. се озовава в Гватемала и там изкуство. През 1996-а се завръща в България. Три години рисува, без да излага, но после за 7 години прави 14 самостоятелни изложби. Негови платна са притежание на колекционери по цял свят, май само на Северния полюс и Антарктида никои не познава картините му.

Ето защо онзи, който притежава творба, рисувана с майсторската четка на Богомил Арсов, има късче от неговата невероятна история. 



Притча за любовта



Малка нощна музика



Тореадор



Пиеса за четири ръце

Крейзи Хорс, Лидо и Мулен Руж са храмове на съблазънта още от XIX век. И до днес те си остават отлично печелещи предприятия, притегателни за милионна публика



ЖИВОТЪТ Е КАБАРЕ

ЛЮДМИЛ ЗАХАРИЕВ

Емблематичното парижко кабарет Крейзи Хорс (Crazy Horse) пристига в София този месец като част от провокативното си турне, озаглавено Forever Crazy, минаващо преди това през градове като Женева, Москва, Лондон, Бейрут, Кан и Магрид. Легендарното шоу нарича себе си „най-авангардното“ кабарет в Париж, успявайки да съблазнява парижката публика в продължение на 60 години. Сега нашата публика ще има възможността да изпита същото.

Кабарето стартира през 1951 година в Париж начело с Ален Бернарден, авангарден художник, който е очарован от американските девойки при едно от своите посещения там. Името на кабарето подсказва, че Ален е повлиян от американските вариететни програми в каубойските салони, но като художник и търговец на антики в младостта си той е бил завладян от съвършенството на гръцката скулптура и превръща Крейзи Хорс в превъплъщение на „модерния идеал за красота“. За едно десетилетие той го прави



Червената мелница е една от най-известните туристически атракции и до днес



най-изисканото място за нощни развлечения. Сам режисира спектаклите, сам решава осветлението, декорите, най-често и костюмите.

С течение на годините представлението Крейзи Хорс става известно колкото с музиката, хореографията, костюмите и артистичната постановка, толкова и със съблазнителните танцьорки. Въпреки че Париж е известен със своите кабарета, Мулен Руж и Луго се провеждат в големи, ярки театри с десетки танцьорки в екстравагантни костюми. При Крейзи Хорс обстановката е по-различна. Представленията включват игра и трикове с огън, фокуси, новаторска хореография и силно изразени елементи на еротика. От 1951 г. повече от 600 ослепителни танцьори от цял свят преминават през многомесечно обучение, в което да научат стила, кодовете и триковете, които правят това шоу така престижно. Веднъж обучени, те получават нови имена и не разкриват повече истинската си самоличност.

След самоубийството на Ален Бернарден през 1992 г. с кабарето

се заемат неговите трима синове. Дигие, Софи и Паскал Бернарден решават да прелетят океана, напускат Франция. Във Вегас те осъвременяват постановките с повече сюжет и движение по сцената, като междуременно канят знаменитости за определен брой представления. През последните години световноизвестното кабаре е работило с певицата Кайли Миноуг, дизайнера Карл Лагерфелд, музиканта Боб Синклер и сексимволите Памела Андерсън и Кармен Електра. Така днес шоуто е еднакво популярно както сред жените, така и сред мъжете.

От 2005 г. Крейзи Хорс се управлява от белгийски инвеститори. Тримата наследници продават целия капитал на компанията на група акционери, обединени около Филип Лом и Яник Калантарян. Въпреки това Крейзи Хорс остава запазен знак както на френската култура, така и на Париж, успявайки да разклати моралните устои дори и на разкрепостена Франция.

Друго изпълнено с пищност и емоция кабаре - Луго - също започва историята си на красивите улици в центъра на Париж.

Цветовите на гъгата рисуват танцьорите, обвити в пера, които се появяват на сцената за поредното блестящо и екстравагантно изпълнение. Шоуто представя смесица от теми през различни епохи: Мерлин Монро, Чикаго, мognия подиум, 20-те години и класически френски канкан.

Луго е без съмнение едно от най-известните кабарета в света, разположено на един от най-красивите булеварди в Париж. И винаги е било място за най-добрите изпълнения с известни имена, включващи Шърли Мейси и Елтън Джон.

Луго нямаше да бъде това, което е днес, без братята Жозеф и Луи Клерико, които започват представлението в Париж през 1946 г. Те го превръщат в луксозно събитие, а визиите им за кабаре с вечерно шоу скоро са копирани по цял свят. През 1948 година към Луго се присъединява ирландката Маргарет Кели - Мис Блубел (Камбанката), която танцува полугола с двама партньори. С нея кабарето печели слава и се отделя от сивата маса на останалите италиански ресторанти в Париж. Появата на нейните Блубел гърлс (момичета камбанки) на малката сцена се превръща във фурор и става пример за подражание и на другите парижки локала. Това остава и запазенят почерк на кабарето Луго дори и след смъртта на музата на спектакъла Мис Блубел през 2005 година, когато тя издъхва в съня си на 94-годишна възраст.

През годините интересът към шоуто непрекъснато расте и се налага залата да се разшири и да се увеличи броят на зрителските места. Така през 1977 година Луго се премества в сградата „Нормандия“, където се помещава на 60 000 квадратни метра площ с 1100 места. По това време синът на Жозеф Клерико - Кристиан, поема управлението на кабарето от баща си, за да се превърне в един от най-успешните ръководители на най-големия френски частен театър.

Сега в двете вечерни представления на Луго участват над 120 артисти от цял свят. Всяка година кабарето провежда касинги, на които се явяват хиляди артисти, сред които и звезди от „Болшой театър“. Загължително условие е момичетата да не са

по-ниски от 1,75 метра, а теглото им е вписано в договора, където категорично е указано, че не могат да качват или свалят повече от 2 килограма. Освен задължителните красива фигура и лице, дълги крака и добри технически данни, те трябва да имат отлична физическа подготовка и желязно здраве. На вечер крехките наглед момичета сменят по 20-30 пъти костюмите си, някои от които тежат и по 13 килограма.

Основната разлика с другите фамозни кабарета е, че в Лидо няма нищо провокативно. За сметка на това художниците и хореографите са създали приказна, феерична атмосфера, усещане за празник и лекомислено веселие, а освен танцовата програма, в шоуто има акробатични номера на лег и във вода, циркови представления с различни животни и специални визуални ефекти.

През 2007 г. френската ресторантьорска група Sodexho Alliance пое контрола над прочутото парижко кабарет, като изкупи 55,5% от капитала за сумата от 20 млн. евро. Компанията предоставя ресторантьорски услуги в кабарето от 1997 година.

Днес освен на вечерните шоу програми, можете да се насладите и на обяд, акомпаниран от представление. Престижната френска кухня се комбинира с новаторския усет на екип от 35 готвачи и сладкари. Най-старото и може би най-известно кабарет Мулен Руж (Moulin Rouge) е открито на 6 октомври 1889 година от Жозеф Олер и Шарл Зиглер, отново във френската столица Париж. Ведна-



Крейзи Хорс идват у нас този месец за голямо шоу в НДК

га след като отваря, то започва да привлича тълпи, които търсят ослепителното и екстравагантно. Неподражаемата атмосфера на въодушевление, която царува в кабарето, му придава големия успех и го превръща в едно от най-успешните съчетания на цирк, танци и театър. Популярността на Мулен Руж се увеличава благодарение на френския канкан, вдъхновен от музиката на Офенбах, а публиката е изцяло от мъже. Момичетата изпълнявали

индивидуални танци, за да съблязват евентуалните си клиенти с предизвикателни движения и повдигане на полите.

През 1915 г. пожар унищожава Мулен Руж до основи. По-късно е построена новата зала, в която пее и танцува легендарната Мистангет. През шейсетте години с появата на балетмайсторката Дорис Хюг Мулен Руж се превръща в кабарет от световна класа благодарение на фамилията Клерико. „Момичетата на Дорис“, както ги



Лидо избират най-талантливите артисти, а спектаклите са съчетание от танци, театър, шоу, акробатика и много визуални ефекти



наричат и до днес, започват да представят все по-пищни спектакли. Една от почитателките им е и английската кралица Елизабет II.

В залата на Мулен Руж се ражда и стриптийзът. Танцувайки, момичетата постепенно сваляли грехите от себе си, а танцът свършва, когато свършат грехите. Тогава се ражда и първата звезда на Червената мелница (от френски - Moulin Rouge) – Джърмейн Еймъс, чийто коронен номер е танц със събличане, на края

който тя остава покрита само с три мигени черупки.


Оттогава на сцената на Мулен Руж са гостували много популярни звезди, сред които Едит Пиаф, Франк Синатра и Лайза Минели. Днес кабарето е символ на Париж. То е ярък спомен от миналото и предизвикателство в архитектурата на френската столица. Любимо място за снимки на посетителите и важно звено в историята на танците и музиката, Мулен Руж остава като една от

най-известните сцени в света, дом на танца канкан и мястото, където се появява стриптийзът.

За угощението на клиентите пък се грижат 120 сервитьори и 25 готвачи.

Хапването е придружено от изтънчено френско шампанско и богат избор на отлежали вина. Кабарето е най-големият частен купувач на шампанско в света, а в избата му се съхранява истинско богатство. За година в ресторанта се изпиват 240 000 бутилки шампанско, изстудявани всяка вечер в 700 сребърни шампаньери. С годишна печалба от 45 млн. евро и 850 хил. продадени места (97% от годишния капацитет), с 600 хил. редовни клиенти и представления през 365 дни в годината, Мулен Руж е не само място за неповторимо забавление, но и успешно предприятие.

Наскоро компанията откупи двама от своите гоставчици: Clairoy - производител на обувки по поръчка, който наскоро представи колекция за мъже, а скоро ще създаде гама и за жени; и Février-последното предприятие във Франция, произвеждащо пера за кабаретата. Фамилията Клерико пък успя да закупи цялата марка Мулен Руж през 2005 година.

Така днес трите най-известни кабарета са се превърнали в храм на извисяването на женската красота, увековечен от блясъка на звездите си в ослепителни галавечери - от края на XIX век с класическия Мулен Руж, през разцвета на 50-те и 60-те години на миналия век с Луго, до модерното и абстрактно превъплъщение на голото женско тяло в Крейзи Хорс. 



Мулен Руж е символ на разкрепостеността, тук се ражда и стриптийзът

Абитуриентска фиеста

От няколко години в София функционира агенция за организирането на балове, която е единствена по рода си у нас



БЕТИ КИРИЛОВА

„Почти всяко момиче пристига с много претенции. Иска нещо, но не знае точно какво. А тогава е най-трудно“. Така Габриела Тодорова обобщава абитуриентската треска, която традиционно обхваща повечето момичета в месеците преди бала им. През последните години тя не само че я наблюдава съвсем отблизо, но и помага за преодоляването ѝ. Агенция La Femme, на която е собственик, се занимава с цялостната подготовка на абитуриентски балове – като се започне от търсенето на рокля и се стигне до прическата, грима, наемането на автомобил и организирането на празненството с



роднини и приятели. Цените на услугите не са фиксирани, а зависят от конкретните изисквания на клиентите. „Съобразяваме се с желанията, с финансовите им възможности, с всичко“, казва Габриела.

Агенцията съществува от около 3 години, а идеята за създаването ѝ се ражда година по-рано. Габриела,

на която тогава предстои абитуриентски бал, обикаля почти цяла България в търсене на по-различен и интересен тоалет, но не го открива никъде. Един ден, докато разглежда снимки на рокли в интернет, попада на модели на американските модни къщи Sherri Hill и Jovani. Скоро установява, че в България те не се пред-

лагат никъде и ѝ хрумва, че може да започне да ги вкарва самата тя. Немалкото други трудности, които среща при организирането на бала си, също наклонят везните в полза на основаването на агенцията.

През първите 2 години Габриела разчита основно на помощта на приятеля си, който я подкрепя финансово и движи кореспонденцията с американските дизайнери. Сега в агенцията работят още 3 момичета. Едното се занимава със срещите с клиенти, другото – с поръчката на роклите, а третото – с гоставките им от митницата.

„Всяка година нещата стават все по-добре и по-добре – твърди Габриела. – В началото вложихме повече средства в реклама и участвахме в много изложения, но оттогава разчитаме основно на доволни клиенти, както и на Facebook. Това е най-добрата ни реклама.”

Габриела казва, че ги търсят предимно за гоставка на рокли и по-рядко за цялостна организация на бал. Смята, че българинът все още не е свикнал да се доверява изцяло на някого и да се оставя в неговите ръце за всичко.

Търсенето на рокли

за тазгодишните балове е започнало госта рано – още в края на ноември. Цените варират според дизайнера и модела, като поръчките най-често са в диапазона между 400 и 1400 лева.

„Роклите ни наистина не са евтини, но качеството им е много добро, а и са госта различни от всичко, което може да се намери тук в момента – казва Габриела. – На българския пазар се предлагат госта турски модели с много ниско качество, чиито цени в същото време не са толкова ниски.”

За разлика от миналата година, когато най-голям хит са били роклите с пайети, камъни и други фрапирани детайли, през тази се търсят предимно изчистени модели в по-светли нюанси. Много момичета обаче показват предпочитания и към огромните шлейфове, а случаете, в които променят желанията си

по няколко пъти, никак не са малко.

„Имахме клиентка, която твърдо беше решила, че иска къса рокля – дава пример Габриела. – Предложихме ѝ няколко модела, гоставихме тази, която избра, тя я облече и каза: „Не, аз вече искам дълга рокля.” Оттам връщане, нови търсения, нови размери... Имаме госта такива случаи.”

Цялостната организация на бала излиза между 2 и 3 хиляди лева, ако, разбира се, роднинската вечер не е с прекалено много гости. Абитуриентите обикновено канят около 30-40 души, но агенцията е организирала и госта

пищни празненства, тип сватбени

За момента най-голямото е било със 150-160 човека. Колкото го грима

запитвания гори за каляски.”

Габриела признава, че цялата абитуриентска суетня, огромните разходи и големите празненства не ѝ се струват оправдани. Собственият ѝ бал обаче е преминал именно по този начин. Казва, че не съжалева, защото си е изкарала страхотно, но не би го повторила. В момента учи администрация и управление и интериорен дизайн в Нов български университет. А освен в агенцията, от известно време работи и във фирма за проектиране и изграждане на спа центрове и басейни. Мечтае да има собствена фирма за дизайн – било то интериорен или моден, макар да е наясно, че в България би ѝ било госта трудно да се развива в тази посока. Въпреки това твърди, че не би емигрирала. Пътувала е госта из чужбина, но предпочита да живее тук, освен



Габриела (вдясно) и приятелят ѝ с абитуриентка

и прическата, за тях средно се отделят около 100 лева, а общата цена на обувките и чантата, които момичетата предпочитат да си търсят сами заради големия избор, обикновено е около 150 лева. Разходите за наема на автомобил зависят от модела му и най-често варират между 500 и 1000 лева.

„Определено се предпочитат по-лъскавите и по-странни модели – казва Габриела. – Работим само с момичета, но гаджетата им ни търсят за автомобилите. Класическите лимузини се поръчват най-често, но към ретро моделите също има интерес, те са и най-скъпите. Имали сме

ако положението не стане „госта тежко”. По отношение на агенцията, умишлено се е ограничила само в организацията на абитуриентски балове.

„В България има достатъчно фирми, които се занимават със сватби, кетъринг и всякакви празненства – казва Габриела. – Има вариант в бъдеще да започнем да предлагаме булчински рокли, защото дизайнерите, с които работим, започват да правят госта интересни модели. Но все още не е сигурно. Като си представя абитуриентките колко са капризни, за булките не ми се мисли изобщо.”

Изключително разнообразни и атрактивни, обувките на пролет-лято 2013 са също и подчертано дръзки

СТЪПВАЙ СМЕЛО!

БЛАГОВЕСТА
КИРИЛОВА

Има сезони, в които модните тенденции не поднасят нищо ново. И груги, в които изненадите следват една след друга. По отношение на обувките настоящият сезон се подрежда във втората категория. Световните дизайнери като че ли са се впуснали в състезание по оригиналност, развихряйки въображението си докрай и създавайки модели с необичайна форма, удивителни детайли, смели цветове и нетипични материали. Предоставящи огромен избор и подтикващи към модни експерименти, водещите тенденции при обувките звучат така:

По мъжки

Схващането, че жената не може да бъде елегантна, ако не носи обувки на висок ток, е оборено отгавна. През актуалния сезон с най-голяма сила го доказват моделите в мъжки стил. Те придават класически шик на тоалета и могат да бъдат съчетавани с разнообразни облекла – от прав панталон до ефирна женствена пола. Една от изявените почитателки на този тип обувки е всепризнатата модна икона Виктория Бекъм, а от Armani и Phillip Lim също показаха предпочитания към тях при представянето на актуалните си колекции.



Няма скрито-покрито

Възходът на прозрачния винил определено е впечатляващ. През миналия пролетно-летен сезон той успя да се прокрадне в нищожен брой колекции, но през този е сред топфаворитите на дизайнерите. При някои модели материалът присъства само като детайл – най-често под формата на каишка, а горната част на груги е изработена изцяло от него. Прозрачността обаче се разгръща и далеч извън възможностите на винила. Обувки с прозрачни подметки, платформи и токове буквално наводниха модните подиуми в Ню Йорк, Париж, Милано и Лондон при представянето на актуалните колекции.



Остър връх

Високи, ниски, отворени, затворени, боти, сандали – независимо от типа и модела си обувките през този сезон са предимно с остри върхове. Представителите на тази категория почти без изключение са женствени и сексапилни и си партнират без проблем както с елегантни, така и с по-небрежни тоалети.

Голяма част от острите върхове си служат с допълнителни средства за привличане на вниманието върху себе си – метални обвивки, камъни, мъниста, нитове, шипове или пайети. Други пък постигат това посредством различен цвят или материал.

Метален блясък

Не всичко, което блести, е злато или сребро, но всичко, което блести, е модерно през този сезон. Точно като прозрачните материали, блестящите се появяват върху всички части на обувките. Първенци по популярност са златистото и сребристото, но снабдени с метален блясък са и безброй модели в груги цветове, предимно в розово, синьо и зелено.

Архитектурни решения



Fendi, Missoni, Rodarte, J. Mendel и Guy Laroche бяха само малка част от модните къщи, които не се задоволиха с традиционните форми на обувките и представиха свои. Много дизайнери се превърнаха в архитекти, създавайки уникални и изключително оригинални модели с необичаен вид. Някои от тях са толкова екстравагантни, че сякаш са правени специално

за Лејди Гага, но други не излизат извън рамките на елегантността. При тях нестандартното е в детайлите и в наслаждането и съчетаването на материалите.

Неони и принтове

От хегемонията на пастелните тонове през миналия пролетно-летен сезон дизайнерите отидоха на другата крайност – неоновите цветове. Моделите в лимоново, портокалово, яркосиньо, яркорозово и яркозелено трудно ще достигнат популярността на черното, бялото и другите неутрални



тонове, но предоставят възможност за лесно постижими и добре премерена модна провокация. Тя може да бъде отправена и посредством обувки с нестандартен принт или рисунка, които също са хит през настоящия сезон. Остават актуални и безобидните, но свежи точки, райета, цветя, квадрати и етно мотиви.

Змии, гущери и крокодили

Колкото и да не им харесва на природозащитниците, обувките, изработени от кожа на влечуги, остават изключителен хит. Добрата новина е, че на пазара вече се предлагат доста сполучливи и качествени имитации.



Въпрос на ток

Добрата новина за всички последователки на модата, които възприемат носенето на обувки с тънък висок ток като геройство, е, че през този сезон могат да ги захвърлят. Актуални са дебелия ток с всякаква височина и т. нар. котешки, които са тънки, но ниски. Голяма част от водещите световни дизайнери отделиха специално внимание именно на тази част от обувката. Резултатът в немалко случаи са токове, които приличат на минипроизведения на изкуството – с необичайна форма и атрактивни детайли.



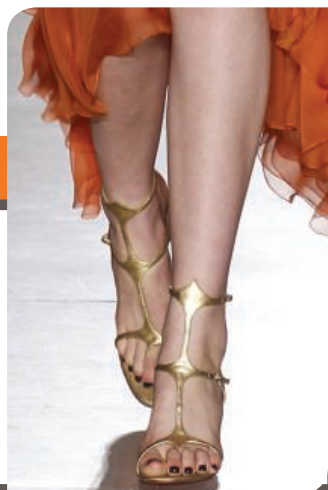
Перфориран шик

От грехите манията по перфорациите съвсем закономерно се прехвърли и върху обувките, осигурявайки на краката чудесна възможност да дишат в крак с модата. Дупките са разнообразни и върху всякакви модели – от пантофки до летни боти.



Арт платформи

Обувките на платформа са неизменно присъствие в пролетно-летните колекции от доста време и са се появявали на модния подиум в безброй разнообразни варианти. Оказва се обаче, че все още могат да изненадват. Дизайнерите решиха през настоящия сезон платформите да приличат на скулптури – с изпипани до най-малкия детайл фигури на хора, животни, дървета, цветя, сгради и какво ли още не.



Като гладисторите

За да поощрят още повече гързостта при избора на обувки за топлите месеци, сред водещите тенденции се наредиха ботушите тип гладисторски. Актуалните модели стигат чак до над коляното, като може да са равни или на висок ток. Едно от големите им предимства е, че се съчетават перфектно с разнообразни облекла, придавайки изключително интересен вид на тоалета.



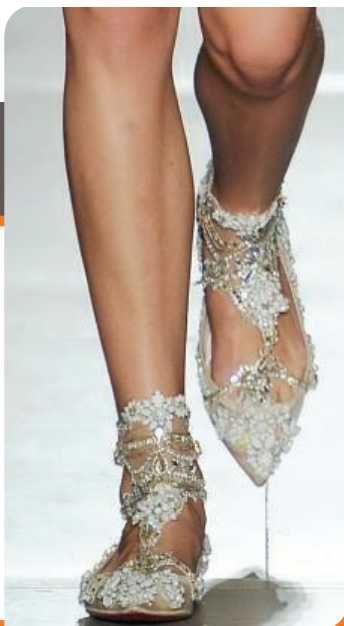
Черни, бели или черно-бели



Както е добре известно, черното и бялото никога не излизат от мода, що се отнася до обувките. Но през настоящия сезон те ще са хит не толкова поотделно, колкото в комбинация. Изборът е огромен, като повечето модели са изключително интересни и елегантни. Допълнителното им предимство е, че могат да се съчетават с тоалети във всякакви цветове.

Връзки, каишки и декорации

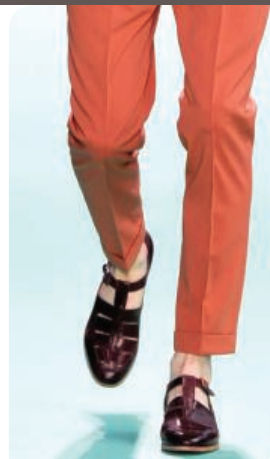
По отношение на връзките и каишките актуалните модели са подчинени на следното правило – колкото повече, толкова по-добре. Същото важи за декорациите, които се разгръщат в цялото си разнообразие – от нитове, вериги и други метални елементи, през камъни и мъниста до бродерии и дантелени апликации.



МЪЖКИЯТ ТОП 3

Сандали

Самата мисъл за такъв тип обувки вероятно хвърля в ужас повечето почитатели на елегантния стил. Добрата новина е, че актуалните модели приличат повече на обувки, снабдени с каишки и дискретни перфорации. Затова и спокойно могат да се носят както с ежедневни костюми от леки материали, така и с джинси и по-небрежни панталони.



Сребристо и златисто

Металният блясък е хит при мъжките модели точно колкото и при дамските. Сребристото и златистото са безспорните фаворити на дизайнерите, но за по-консервативните мъже остава вариантът да се придържат към черното, кафявото, бежовото и синьото.



Спортни модели

От маратонки и кецове до небрежни мокасина – обувките в спортен стил превзеха мъжките колекции в комбинация с летни костюми, шорти и джинси. Разбира се, голяма част от моделите от тази категория нямат място на бизнес среща или официално събитие. На почти всички други места обаче могат да бъдат носени като удобна алтернатива на класическите обувки.

Особено актуални и интересни са спортните модели в бяло с подметка в различен цвят. По отношение на мокасинаите пък моделите от плат са доста по-добър избор от кожените през топлите месеци.





ТВОЯТ ГЛАС
БЕЗ
ЦЕНЗУРА
ОЧАКВАЙ В ТВОЯ ГРАД



БЪЛГАРИЯ
ИЗБИРА

NEWS



НАЦИОНАЛНО ТУРНЕ В ПОДКРЕПА НА ГРАЖДАНСКАТА ПОЗИЦИЯ

ДЪЛГИЯТ ПЪТ НА Николай Иванов-ОМ



Вдъхновението от сакрални места, безкомпромисният труд, който се пресича с интуицията, са двигател в неговото творчество

Николай Иванов-ОМ е музикант и композитор с близо 20 албума, автор на музиката на над 40 филма, художник, почитател на експеримента, той смесва традиция и съвременност, различни жанрове и изобразителни езици. През 1991 г. създава първата българска етноамбиент група „ОМ“, в зависимост от проекта в нея участват различни музиканти. През 1996 г. Николай Иванов, Теодосий Спасов, Дони и Коцето Калки осъществяват „най-високия“ концерт в света в Калапатар на 5345 метра надморска височина по връх Еверест. Събитието влезе в Гинес. Наскоро бе и премиерата на неговия документален филм за живота на догонските племена в Мали „В търсене на прабитие“. Това е поводът за среща с него.

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Преди време имах дълго пътуване с влак, човекът срещу мене прочете книгата „Ние от космоса“ и ми я даде. От нея разбрах, че племето на догоните в Африка има знания и култове към Сириус. Явно не е било случайно.

При догоните в Африка отидох заради моя почитател и приятел пилота Ценко Ковачев. Той вече беше ходил там и беше създал свои контакти. Моят водач Джейкъб Дуньо също е бил подпомаган от него. Запознават се на един пазар преди 15-ина години, когато момчето е на не повече от 14 години. Ценко

настояваше да отида на това място, аз му обяснявах, че нямам време за екскурзии, а той твърдеше, че на всяка цена това трябва да се случи. Беше лято, когато получих е-mail от него, в който казва, че имам билет и на 1 ноември 2012 г. лети за Африка. На практика не знаех къде отивам.

С нас в Африка трябваше да гоиде и Ангел Христанов, съпродуцентът на филмите „Островът“ и „Източни пиеси“. Той изпусна самолета и пристигна три дни по-късно. Така

цялата програма на експедицията се обърка

И в деня, в който отлетяхме обротно към България, знаех, че отново ще се върна при догоните. Моят син Иван следваше филмова сценария в Берлин, той беше също много заинтригуван от този проект, решихме заедно да го осъществим. Направихме подготовка и още два пъти бяхме в Мали. Но още когато пристигнахме, осъзнах, че трябва да се снима със скрита камера, което ще е много трудно. С голяма професионална техника там не може да се работи. По-късно говорих с Милена Кънева, която живее в Рим и е снимала подобни ленти, дори правих музиката за неин филм за Бирма. Тя каза, че е била при догоните с екип и нищо не са успели да заснемат. Ако влезете в интернет, ще видите, че догоните се радват на популярност. Техните култове, ритуали и космогония са свързани със Сириус. Това изглежда странно, но е факт. Там няма кмет, няма полиция, няма съд, няма власт, има само шамани. Те стоят генонощно на т. нар. Тогона - храм на правосъдието, който прилича на Стоунхендж. Шаманите решават всички спорове и проблеми.

Марсел Гриол отива там като авиатор, но става вътрешен прелом в самия него и изследването на Африка се превръща в негова съдба. По време на първата си експедиция минава през Догонленд. Има много легенди, че догоните

Владеят мистични сили и техники

Разказаха ми как френските колонизатори не са могли да стигнат до Догонленд, след като дълго са карали и са им оставали около 5 км, те

продължавали да шофират безрезультатно. Говори се как догоните имат способност да влизат в паралелни реалности и да изчезват. Гриол е бил запленил от това място, той остава там в последните 30 години от живота си. Заедно с антроположката Жермен Дитерлен из основи са изследвали техните митове, обичаи и култови практики. Гриол умира през 1956 г. и е погребан като шамански вожд. Той ги е учил как да събират вода, как да строят бентове, преподавал им е френски. Най-важното обаче е, че самият той е минал през четирите стелени на обучение при догонските жреци, това е отразено в книгата му „Беседи с Оготемели“, написал е и цяла поредица от изследвания. Догоните почитат Сириус Б, звездата гжудже, която е невидима с човешко око. Тя е много трудно забележима с телескопите, идентифицирана е в средата на миналия век, а догоните имат култ към нея от незапомнени времена. Твърдят, че съществува и Сириус С, която е заснета едва в края на миналия век. Животът на догоните е свързан със системата Сириус, в която най-важната е церемонията Сиги, която те празнуват на всеки 60 години. Гриол не е успял да присъства на такава церемония, тъй като тя е била след смъртта му – през 1967 г. Следващата е чак през 2027 г. Той обаче е единственият посветен бял в тайнствата на догоните. В своите книги е изложил фактите, с които е имал добрата възможност да се запознае отблизо. В тази древна система знанията се предават само на избрани, които имат определени качества и

са готови за това познание. Според

легендата за бялата лисица

В много древни времена лисицата живеела с догоните и била шаман и предсказател. Те се съветвали с нея. Но един ден по време на усърдна работа, когато хората били на полето, някаква много лоша жена се опитала да я убие. От този ден нататък лисицата отказала да живее заедно с хората и в пясъчното поле определила място, където жреците да рисуват знаци, а тя ще им помага в пророчествата и вземането на решенията. Те и днес чертаят върху пясъка, като ползват съчки и ядки. През нощта лисицата идва и в зависимост къде е стъпила и как е завъртяла опашката си, жреците гадаят. Това е показано във филма. В него влиза и моментът, в който един от шаманите казва определени гуми, и камерата блокира. На една от погребалните церемонии се минаваше през цепнатина в скалите, един от моите водачи се жертва и изпи отредената за мен кратуна с ритуална бира, за която казаха, че е по-добре да си спестя, ако искам да снимам. Благодарение на Бенджамин, Джон и Джейкълб, които станаха мои водачи сред догоните, успях да заснема кадрите за документалния филм „В търсене на прабитие“. Срещата с тази племенна общност ми даде шанс да се върна в онези правремена, когато отношението към Космоса и към Земята е определяло човешкото



Николай Иванов, Марина Великова и Георги Ангелов в триото „ОМ“

битие, за разлика от днес, когато то е функция на технологиите и медиите, а те все повече притъпяват нашата сетивност. А онова минало незабравимо съществува паралелно с нашата цивилизация. Срещата с догоните бе като коректив и урок за мен. В моменти, когато ни се струва, че живеем трудно, в съпоставка с други хора по земята

излиза, че сме като принцове

Изпитах ужас, когато се върнах от земята на догоните и пуснах гуша в банята. Толкова много вода отиде на вятъра, а там малките деца вървят километри нагоре в планината, за да напънат от скалите кофи с вода, запазена там от гържовния сезон. Последния ден едно

момиченце вървя километри след мен, за да му дам празната бутилка от вода. Ще ми се този филм да помогне да открием с какво богатство разполагаме. Този проект ме зареди с много нови идеи, направих изцяло нова музика за него.

Стимулирам творческото си въображение чрез постоянни провокации. Най-опасната ситуация в изкуството е саморепродуцирането и днес то е още по-страшно, защото технологичната цивилизация, в която живеем, дава възможност всичко да се уеднаквява и да е по шаблон. Графичният дизайн, визуалните изкуства и особено комерсиалната музика като чилаут и диджейските миксове създават измамна среда на псевдокреативност, която може да отведе го задънена улица. Опитвам да търся различни изобразителни езици и да се изразявам чрез музика и визуал-

ни изкуства. Затова си позволих да стигна и до видеоизображението. Много години работа за киното и познавам целия процес.

Винаги ме е блазнало да направя филм

и когато в някаква степен се почувствах подготвен, реших, че може да се впусна в това приключение. Така се роди документалният филм за догоните „В търсене на прабитие“.

Най-голямо вдъхновение получавам от природата и сакралните места в нея. В тях човек може да усети друг вид енергия, която го подтиква към творчество. Пътуванията ми до Индия, до Хималаите, до северните фиорди на Норвегия, до африканската пустиня и до къде ли не имат все тази цел. Хората, натоварени от офисното си ежедневие, искат да отидат на екскурзия на остров Бали, но за мен мотивацията е друга – аз търся вдъхновението.

В средата на април се върнах от турне в Палестина и Йордания с арт формация „ОМ“. Не съм мечтал за това, а просто получихме покана за участие в 10-дневен джаз фестивал. На осми април, на рождения си ден, имах уъркшоп в училище в Аман. Организаторите ми дадоха свобода и направих лекция за интуицията, за вдъхновението и за импровизацията в композирането на музика. Вдъхновението има своите предпоставки, то идва и на външно ниво и затова имам

страст да пътувам

Прекарах десет часа на летището в Истанбул. Винаги си нося лаптопа и инструментите, често идеите ми идват на такива места. Моментално ги записвам. Понякога минава време, отварям съответната папка в компютъра и оставам изумен, че нищо не си спомням. Те кацат като пиленце, което после отлита. Убеден съм, че на вибрационно ниво тези композиции съществуват над нас и като че ли в особени моменти се отварят специални двери, за които черпим своите произведения. Спомням си един филм за китариста Джон Маклоклн, в него барабанистът Денис Чамбърс казва: „Не мога да го разбера Джон. Като отидем някъде, той пипа камъните, ходи, разглежда. Той е много особен човек.“ А аз го разбирам този великан Джон



Николай Иванов - ОМ при догоните



Маклоклин. Когато бях в Йерусалим и аз пипах камъните, снимах ги, гледах ги и усещах, че ми говорят. Вкъщи имам целия комфорт, във всеки момент мога да творя и да записвам, но не е същото. Оказва се, че там като зрял творец мога да ги препоредя, но идеята идва някъде по пътя. Затова в обичайните Thanks в един от своите дискове авангардният музикант Робърт Фрип пише: „Благодаря на всички легиона, хотели и гарци, където можех да композирам и където се роди голяма част от моето творчество.” С тези хора намерих паралели в моето светоусещане и метод на работа.

Незабравимо е как през 1993 г. с група „ОМ” бяхме на световен екофорум в резервата „Реселеи” над Червен бряг. Последната вечер свирихме на склон, над който е Балканът. Нощта падна и в един момент стигнахме и до песента „Кумчо Вълчо”, в която вият вълци.

Хората на тревата започнаха да вият

У тях се отключиха атавистичните инстинкти. В такива ситуации на сакрални места човек разтваря непознати страни у себе си. Имам много изживявания, които създават усещането, че светът е низ от вибрации, които не се разкриват във всеки един момент. Първо, трябва да си настроен, а второ, да намериш мястото, където да ги усетиш. За човек на изкуството като мен е важно да е пътешественик.

В творческия процес се преплитат две линии и аз нямам пълно доверие в интуитивното. В наше време има много хора, които изведнъж започват да рисуват или да правят нещо друго, но аз вярвам в безкомпромисния и дълъг труд, който се пресича с интуицията и с разтварянето към по-висши сфери, за да черпим оттам вдъхновение и идеи. Започнах да свиря на пиано на 5 години, на китара – на 14. Баща ми Христо Иванов беше диригент и положи огромни усилия за моето развитие. Нямах ваканция за мен, изнасях концерти пред роднините, за да се види докъде съм стигнал. Претоварен от свиренето, отидох в художествената гимназия, а после завърших стенопис в Художествената академия.

Няма ден, в който да не свиря, освен в ситуации, когато съм тежко



Жреците на догоните гадаят и предсказват бъдещето




болен. За да музицира пълноценно, човек трябва

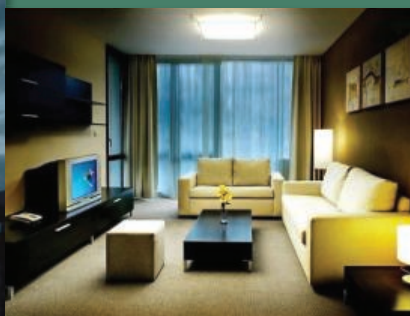
да се срасне с инструментите си

и затова ги нося навсякъде със себе си. Мой гуру е Хазрат Инаят Хан, велик суфи мъдрец. Особено ми е любима неговата книга „Космическият език”, в която той твърди, че гласът на човека става изключително красив, когато той вътрешно еволюира и духовно се развива, иначе се превръща в математик, който прави гимнастика с инструмента. Всички древни мистици са проповядвали съответственост между звука и цвета, между словото и звука. Музиката и изобразителното изкуство при мен са в постоянно преливане и затова имам толкова много концерти и над 40 изложби.

Когато избрах мантрата ОМ за име на нашата група, имах огромно притеснение, защото преди 20-ина години времената бяха други. Но видях, че в Индия много се е комерсиализирало. Когато направихме своя

първи албум „Ритуалните места в България”, продуциран от германската компания Erdenklang, имаше представяне в английско списание и там написаха: „Тази е петата или шестата група „ОМ”, която срещаме...” Това ме провокира да потърся информация за групи със същото име. Открих само две, от които едната бе швейцарска джаз формация, основана от китариста Кристи Доран, която се бе разпаднала в средата на 90-те години. По-късно открих този музикант по свои канали и той бе гост на събитието „Евроджаз” в Народния театър, организирано от Стефан Китанов. Често се усещам като в онзи филм „Светът е голям...”, продуциран от Стефан Китанов. Заради технологиите ни се струва, че светът е малък. Но аз пътувам много и свиря къде ли не, затова мога да кажа, че живеем в гигантско село, в което има всичко, в това число и не една група ОМ.

Пътувам навътре към себе си. Човек може да прави истинско изкуство само ако духовно се развива и израства. 



Ваканция за тялото и духа с

ЛъкиФит

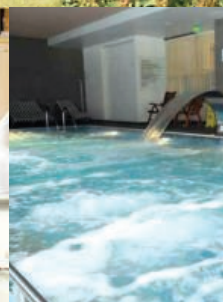
Програмите за отслабване на „Апартхотел Лъки Банско“ гарантират 6% трайно намаляване на телесното тегло за първата седмица

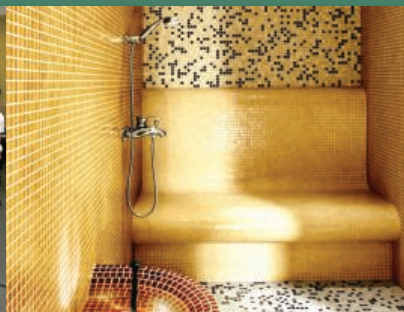
ЛъкиФит е най-посещаваната и известна програма за намаляване на телесното тегло, която се провежда вече 5-а година в Апартхотел Лъки Банско.

Програмата ЛъкиФит е разработена на базата на ефективната комбинация „храна и фитнес“ от проф. Божидар Попов, ръководител на катедрата по хигиена, медицинска екология и хранене към катедрата по „Диететика“ на МУ, София.

Тя е подходяща възможност за уединение за онези, които искат да променят режима си на хранене и начина си на живот. ЛъкиФит е програма за тези, които никога не са практикували физически дейности, и не натоварва внезапно организма. Тя е програма

за здравословно отслабване с дневен режим от 1200 калории, който изключва гладуването, но съчетава храната и движението. При спазване на пълния режим участниците в ЛъкиФит намаляват теглото си с 6% през първата седмица. Целта ни е постепенно, здравословно и трайно отслабване от 20% годишно. По този начин излишните килограми никога не се връщат обратно. Диетичните програми включват 4 хранения на ден, а участниците в тях не се оплакват от усещане за глад, докато изградят нови трайни навици за подходящия за тях начин на хранене. Програмите се провеждат под медицински контрол, а в края им всеки участник получава индивидуална програма за





хранене.

Ваканцията с **ЛъкиФит** е концепция с четири програми, която трае 7 или 14 дни, а онези, които искат да усетят атмосферата ѝ или са изключително ангажирани, могат да ползват уикенд-пакет с алтернативна мини-програма на **ЛъкиФит**.

При **ЛъкиФит Стандарт**, **ЛъкиФит Плюс** и **ЛъкиФит Ултра** акцентът е върху намаляването на телесното тегло и ексклузивната програма за отслабване. **ЛъкиФит Антистрес** е точното място за всички, които искат да заменят умствено-то натоварване с истинска почивка.

След 7-ия ден на участие в програмата цените на услугите са с 25% намаление, а повторното записване е с 30% отстъпка.


Всички програми протичат

в Апартохотел **Лъки Банско**, който предлага 5-звездно обслужване, обзавеждане и оборудване и максимален комфорт на своите гости - вътрешен плувен басейн, хидроджет, ресторант с вкусна и разнообразна кухня, уютен лоби бар, детски клуб; интернет зала и безплатна високо-скоростна интернет връзка в целия хотел, SPA център със закрит басейн и джакузи, сауна, парна баня, фитнес с **TechnoGym** оборудване.

Самите програми включват специално приготвена храна за участниците, планински преходи, езда, водна гимнастика, каланетика, фитнес и многообразие от SPA програми и масажи, които подпомагат организма в борбата му с калориите и стреса. В програмата има много забавления – курсове по народни и класически танци,

екскурзии до най-интересните забележителности в района (уникалната църква в с. Добърско, резерват „Танцуващите мечки“ в Белица, с. Лещен – с. Ковачевица, Рилския манастир, Мелник - Роженски манастир - Рупите), а за свободното време сме приготвили колекция от нови филми.

Гостите на Апартохотел **Лъки Банско** - от най-малките до най-възрастните, също могат да се включат във всекидневните планински преходи, организирани от програмата **ЛъкиФит**, които са ненатоварващи, но изключително приятни и интересни за всички.

ЛъкиФит е различна от всички традиционни методи за отслабване и борба със стреса. Когато се запознаете с нея, сме сигурни, че ще възкликнете: „Та аз търся **ТОЧНО** това!“ 





Сръбската

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

„Загубих родния си град Сараево във войната. Затова исках да си построя собствен. Това е мястото, където ще живея и където от време на време ще идват гости. Ще има, разбира се, и други жители, които ще работят тук. Мечтая това да се превърне в отворено място с културно разнообразие, което да противостои на глобализацията.“

Така режисьорът Емир Кустурица обобщава целта на своя Дрвенград по време на официалното му откриване в края на септември 2004 г. Идеята да го построи му хрумна около година по-рано по време на снимките на филма „Животът е чудо“ в близост до природния парк „Мокра гора“ в западната част на Сърбия. Именно там, съвсем близо до босненската граница, обграден от зелената на един от склоновете на планина Златибор, се намира Дрвенград. Сърбите го наричат още Мечавник на името на хълма, върху който се издига, а по света е известен и като Кустендорф – игра на думи между Куста, прякора на режисьора, и немското Dorf (село). Така е кръстен и годишният фестивал за кино и музика, който се провежда там от 2008 г.

Градът се намира на около 200 км от Белград и до него, освен с кола, може да се стигне с автобус и с влак. Влизайки през главния вход, човек попада в приказен свят – в място, сътворено от въображението на Кустурица и връщащо към отдавна отминали времена, в които всичко е било галеч по-просто и безгрижно. Улиците са покрити с дървени плочки, изгълани от стари



Като всички други звездни гости Моника Белучи е посрещната в Кустендорф с пита и ракия

Дървеният град на режисьора Емир Кустурица връща времето назад и омагьосва с комбинация между традиционно, модерно, екологично и приказно



Кустурица пред кино „Стенли Кубрик“



УТОПИЯ

железопътни релси, и край тях се издигат различни по големина колиби. Някои са на стотици години и са пренесени тук парче по парче от обезлюдени села в Сърбия и Босна и Херцеговина, а след това изградени наново. Други са построени от местни майстори, които са се придържали стриктно към архитектурния стил на „колежите“ си отпреди близо 2 века. Пред някои от бараките гордо стоят стари трабанти, волги и шкоди, а на главния площад са кацнали големи дървени птици. На него се издига и

статуята на Джону Ден

който е близък приятел на Кустурица и през 2010 г. посещава фестивала „Кустендорф“ по негова покана. Съвсем наблизо се намира градският затвор, служещ, разбира се, просто като атракция, а в края на главната улица се издига малка дървена църква в руски стил, носеща името „Свети Сава“ – първи архиепископ на Сръбската православна църква и покровител на сръбските училища.

Всички улици и площади са кръстени на прочути личности, които Кустурица цени високо – Никола Тесла, Федерико Фелини, Ингмар Бергман, Иво Андрич, Че Гевара, Диего Марадона, Джо Стръмър, Новак Джокович, Брус Ли и др. Имена на известни личности носят и някои от сградите в града. На писателя Андрич е кръстена библиотеката, на режисьора Стенли Кубрик – киното, на лингвиста и философ Ноам Чомски – амфитеатърът, на скулптора Драган Йовичевич – галерията, а на режисьора и

сценарист Лукино Висконти – един от ресторантите. Кухнята в него е интернационална, а в другия на име „Лотика“ – традиционна сръбска. Другите места за хапване и пиене в града са сладкарницата, кафенето и барът.

В главната къща, освен частните помещения на семейство Кустурица, има прожекционна зала, закрит басейн, фитнес зала, сауна, баскетболно игрище под земята, тенис корт и дори детска градина.

Първоначалната инвестиция в комплекса е била в размер на над 1 млн. долара. Той е построен със спонсорството на УНИЦЕФ, чийто посланик е Кустурица. Когато не снима поредния си филм или не е на турне със своята банда No Smoking Orchestra, той прекарва по-голямата част от времето си в това живописно, старомодно и магично

балканско градче. Казва, че то е неговият начин да се почувства

свързан с историята и традициите

Или поне с историята и традициите, които си е избрал. Роден в мюсюлманско семейство от Сараево, днес Кустурица се идентифицира напълно като сърбин. Решението му да се откъсне от корените си, приемайки православната вяра след края на войната в Босна и Херцеговина през 1995 г., през годините му спечелва немалко критики от страна на медиите, на противниците и дори на почитателите му. След покръстването си той повече не се е връщал в Сараево. Дрвенград е едновременно неговото спасение и отговор на въпросите за лоялността и принадлежността му.

„Това е моята реализирана утопия – казва Кустурица. – Приключих с градовете. Прекарах 4 години в Ню Йорк, 10 в Париж и живях в Белград известно време. За мен



В сладкарницата се предлагат само домашно приготвени торти и сладкиши



Градчето разполага дори със своеобразен затвор



Кока-колата в Дрвенград е забранена. Вместо нея се предлага произвежданият там плодов сок „Биореволюция“. На едната страна на етикета е образът на Че Гевара, а на другата - този на Кустурица

това сега са само летища. Големите градове са унижителни места за живеене.”

Съвсем закономерно Дрвенград е организиран изцяло според предпочитанията на Кустурица, отразявайки начина му на живот, политическите му възгледи и ценностите му. Освен с критиките към родината си Босна, 58-годишният режисьор е прочут и с ненавистта си към Холивуд, глобализацията и западната корпоративна култура. Един от най-ярките символи на идеологията му е менюто в ресторантите, бара и сладкарницата в града. Храната, която се сервира в тях, е здравословна и приготвена на място от екологично чисти продукти. Торти-

те и сладкишите се правят по стари рецепти и не могат да бъдат опитани почти никъде другаде, а вместо уиски, на посетителите се предлага сливова ракия.

Кока-колата също е забранена

в Дрвенград. Там се консумират вкусни домашно приготвени сокове от малини, ягоди и боровинки, носещи името „Биореволюция“. Предлагат се в бутилки, върху чийто етикет от едната страна се мъдри образът на Че Гевара, а от другата – на Кустурица. Първоначалната идея на режисьора е да използва изображенията и на

други революционери, като Фигел Кастро, Сагдам Хюсеин и Тито. След като наследниците на последния го заплашват със съд обаче, се ограничава само до Че Гевара. Поне за момента.

Освен че се е самопровъзгласил за кмет на Дрвенград, допреди няколко месеца Кустурица се изявяваше и като мениджър на природния парк „Мокра гора“. Благодарение на него туристическият поток в района се увеличи многократно, осигурявайки прехрана на жителите на близките села. През лятото през града преминават около 2 хиляди туристи на ден. Нестандартната обстановка и симпатичната малка църква привличат и все повече младоженци. А през зимата идват и много любители на скиите, тъй като в близост до Мечавник е изградена



Пред една от сградите на улица „Никола Тесла“ гордо стои стара волга



Интериорът на сръбския ресторант

Проектът Каменград

През юли 2011 г. е направена първата копка на Каменград – най-амбициозния и противоречив проект на Кустурица до момента. Селището се изгражда в босненския Вишеград, само на няколко километра от Дрвенград, и ще бъде използвано за снимките на екранизацията на прочутия роман на Иво Андрич „Мостът на Дрина“. Действието в книгата се развива именно във Вишеград и проследява около 4 века от бурната история на региона.

Идеята за този проект хрумва на Кустурица още през 1978 г., когато със съпругата му Мая посещават града по време на медения си месец. Строежът на комплекса ще струва около 12 млн. евро, финансиран е отчасти от сръбското правителство и се очаква да приключи през 2014 г. Идеята е след края на снимките на филма мястото да служи като туристическа атракция. То ще се нарича също Андричград и освен 50 каменни къщи, ще включва също църква, театър, опера, сграда на градския съвет, книжарница, магазини, кафенета, хотел, площадка за излитане и кацане на хеликоптери и дори малко пристанище.

„Влагам в строежа на този град всички пари, които изкарвам от филмите и музиката си – казва Кустурица. – Хората на това място са позволили да бъде разрушено всичко, което им напомня за миналото. Мостът е оцелял единствено заради красотата си. Каменград ще се бори с природата, с омразата,



Статуята на писателя Иво Андрич на площада в строящия се в момента Каменград, наричан още Андричград

с онези, които отричат истинската култура. Надявам се това, което правя, да помогне на младите хора да осъзнаят по-добре, че трябва да се противопоставят на войната с всички средства.”

модерна писта с дължина над 1 km и капацитет от 600 души на час.

Гостите на града могат да изберат нощувка в единична или в двойна стая, в студио или в апартамент. Всяко от помещенията за гости е различно от другите, боядисано е ръчно и е обзаведено с ръчно изработени мебели. Стаите

са старомодно елегантни и в селски стил, но разполагат с всички модерни удобства – телевизор с плосък екран, минибар, телефон и достъп до интернет. Цените са повече от достъпни (за повече информация – www.mecavnik.info), а гостите имат право да посещават безплатно кинопрожекциите, басей-

на, сауната и фитнес залата.

„Тези малки къщички не са просто израз на една романтична идея – казва Кустурица. – Простотата подтиква към ясно и чисто поведение. Хората откриват тук нещо много силно, идеята, че културата е начин на живот. Но първо трябва да разберат и усетят това място.”



Всички стаи за гости в градчето са различни една от друга, ръчно боядисани и с ръчно изработени мебели



Фризьорският салон се намира на улица „Федерико Фелини“

Ежегодният фестивал

Всеки януари от 2008 г. насам Дрвенград е домакин на ежегодния фестивал „Кустендорф“, на който биват представяни филми и музика от целия свят.

Събитието е финансирано отчасти от сръбското Министерство на културата, но няма други спонсори. Целта му не е комерсиална, а да предоставя възможност на млади кинотворци и студенти да се срещат и общуват с прочути режисьори и актьори.

Специален гост на първото издание на фестивала е Никита Михалков. Сред другите известни имена, които са го посещавали до момента, освен Джони Деп, са режисьорите Джим Джармуш, Ким Ки-Дук, Фатих Акин, Абел Ферара и Абас Киаростами и актьорите Гаял Гарсия Бернал, Изабел Юпер, Мики Манойлович, Огри Тоту и Моника Белучи. Тридневната визита на италианския сексимвол в средата на януари т. г. привлече вниманието на медиите по целия свят – точно както и това на Деп три години по-рано. Тогава Кустурица обяви, че 48-годишната актриса ще се снима в новия му филм „Любов и война“, снимките на които се очаква да стартират съвсем скоро.

Наред с прожекциите, уъркшоповете и музикалните изпълнения, по време на фестивала



Джони Деп и Кустурица позират със статуята на актьора, издигната малко преди посещението му в града през януари 2010-а

се провежда и конкурс за късометражен филм. На него участват студенти от 12 държави – Сърбия, Чехия, Полша, Италия, Гърция, Словакия, Русия, САЩ, Великобритания, Франция, Испания и Куба, а победителят получава наградата Златно яйце.

Един от специалните акценти във фестивала е т. нар. Погребение на лошите филми. Церемонията е съвсем официална и се провежда в специално изградено за целта гробище. Първият погребан филм е „Умирай трудно 4.0“ с Брус Уилс.



Главната улица в града. В края ѝ се издига църквата

РЕСТОРАНТ ЕДНО ВРЕМЕ

ЕЗЕРОТО Ариана



Ние работим само с
НАТУРАЛНИ ПРОДУКТИ

За резервации и доставки по домовете:

0888 22 33 55