

Сърфирай на 1/2 цена
с Traffic Unlimited
В 3G мрежата
с най-добро покритие



Samsung GALAXY Tab 8.9



- 8.9" (22.6 cm) сензорен екран
- Android™ 3.1 Honeycomb
- Двухъдрен 1 GHz процесор

24⁹⁰ лв./мес.

Traffic Unlimited XL

Промоцията с удвоени данни на максимална скорост и 50% намаление в месечния абонамент важи за първите 6 месеца при сключване на 24-мес. дог. за Traffic Unlimited S и за 3/6 месеца при сключване на 12/24-мес. дог. за Unlimited M, L и XL до 30.06.2012 г. След този период важат стандартните условия за съответния план. След изчерпване на данните на максимална скорост, скоростта на трафика е ограничена на 128 Kbps. Качеството на услугата зависи от покритието на мобилната мрежа. Цената на Samsung Galaxy Tab 8.9 е за равни месечни вноски за лоялни клиенти на VIVACOM, с договор от поне 9 мес., при сключване на нов 2-год. договор с Traffic Unlimited XL и важи до изчерпване на количествата. Лихвеният процент е фиксиран. ГПР 8%. Samsung Galaxy Tab, 24 месеца x 24.90 лв. = 597.60 лв. В брой, без договор: 909.90 лв. Повече информация на www.vivacom.bg.

www.vivacom.bg



бр.4 (12) ГОДИНА II

ИКОНОМИКА

брой 12 / април 2012 г. / цена 5 лв.

www.economymagazine.bg

Апетит
за КАПИТАЛИ

Ухания
за МИЛИОНИ

Ум като
швейцарско
НОЖЧЕ

Милен Велчев:

Идва време за ИНВЕСТИЦИИ

www.economymagazine.bg





Пътувайте, пазарувайте и се забавлявайте с новите предложения от American Express® Selects

Програмата American Express Selects предлага несравнима палитра от възможности за покупки, пътуване и развлечения с отстъпки* в над 1 000 търговски обекта в цялата страна при плащане с карти American Express или EuroLine American Express от Пощенска банка.

Възползвайте се от преференциалните условия за пазаруване в престижни магазини, луксозни бутици, изискани ресторанти и заведения; отпочивайте блажено в спа и фитнес центрове, пътувайте и се забавлявайте.

Представяме Ви избрани предложения от най-новото издание на каталога American Express Selects. Всички предложения за отстъпки можете да видите на www.postbank.bg.



2% отстъпка



2% отстъпка



2% отстъпка



20% отстъпка



7% отстъпка



22% отстъпка

*Посочените отстъпки важат при плащане с кредитни карти American Express или EuroLine American Express от Пощенска банка на ПОС терминално устройство на банката в обектите на посочените търговци в България в периода 01.03.2012 г. – 28.02.2013 г. Отстъпките не се прилагат при покупки на равни месечни вноски. Отстъпките, предоставяни на място в търговския обект, не могат да се комбинират с други отстъпки или намаления, предлагани от търговеца.

Пълните условия за ползване на отстъпки по кредитни карти American Express или EuroLine American Express от Пощенска банка, както и информация относно начина на предоставяне на отстъпката от съответния търговец – на място в търговския обект или автоматично обратно по картата, можете да видите на www.postbank.bg.

Повече информация можете да получите и на тел.: 0800 18 000.



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

ИЗДАТЕЛ
„СТАНДАРТ ФИНАНС“ АД

ГЛАВЕН РЕДАКТОР
НЕВЕНА МИРЧЕВА

СЪВЕТ НА ДИРЕКТОРИТЕ
Славка Бозукова - председател
Боян Томов
Невена Мирчева

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР
Боян Томов

ФИНАНСОВ ДИРЕКТОР
Жечка Гълъбова

ГЛАВЕН КОНСУЛТАНТ
Александра Цветкова

ДИРЕКТОР РЕКЛАМА
Даниела Николова

РЕДАКТОРИ
Антон Андонов
Петя Стоянова
Татяна Явашева

АВТОРИ
Александър Драйшу
Благовеста Кирилова
Кристиан Костурков
Мартин Леков
Миглена Красиминова
Светлана Желева
Таня Киркова
Юлий Стоянов

ДИЗАЙН
Едуард Лилов
Антон Ковачев

ФОТО КОРИЦА
Красимир Стоичков

ПЕЧАТ
Алианс принт

РАЗПРОСТРАНЕНИЕ
„Стандарт нюз“ АД

www.economymagazine.bg

Темата

- 8 - Апетит за капитали
- 16 - Петър Андронов:
Спестителите ще търсят алтернатива при лихва под 2%
- 18 - Акции и суровини - мантрата на 2012-а



Интервю

- 20 - Милен Велчев:
Идва време за инвестиции

Проекти

- 29 - Моника Димитрова:
Администрацията е отличник в усвояването
- 32 - Агропрепятствия

Прогнози

- 34 - Емил Хърсев:
Депресията ще продължи поне още две години

Анализ

- 38 - Колко ниски са лихвите?

Партньорство

- 40 - Матиас Хьопфнер:
Прекалено рано е да свирим отбой за дълговата криза

Старт

- 44 - „Икономика“ в мрежата

Реформи

- 46 - Хазарт от разстояние

Тенденции

- 49 - Ухания за милиони
- 52 - Не кризата, а сивият сектор притеснява фирмите

Тренд

- 54 - Някои го предпочитат зелено



Аетелие

- 56 - Къде се сбъдват желанията

Наследство

- 58 - Как историята оживява

Кариера

- 60 - Джоанна Димитрова:
Всеки прави път на този, който знае къде отива

Работа & Управление

- 63 - Човешкият фактор

Ноу-хау

- 66 - Ум като швейцарско ножче

Семеен бизнес

- 70 - Снаряди от сирене

Портфейл

- 72 - Ало, плащам!

Секторен анализ

- 74 - Надпревара по най-бързата писта

Технологии

- 79 - На всеки квадратен километър

Техно

- 83 - Виртуални реалности
- 86 - iPad за манияци

Иновации

- 88 - Интелигентната светлина

Империя

- 90 - Рецепта за №1 в света



Марката

94 - Законодателите на годежния пръстен



Психология

98 - В клопката на имейла

Биография

100 - Мистър „Уволнен си!“

Екран

105 - Красимир Стоичков: Правим бунт през изкуството

Лица от подиума

107 - Стела Маккартни - успех без компромиси

Мода

110 - Въпрос на чанта

Пътешествие

113 - Земята на великаните



Маршрути

118 - Минералните извори на император Диоклециан

Спорт

120 - Олимпийски кръгове на скандала

Кризата е време за инвестиции. Това казва в интервюто си за списание „Икономика“ Милен Велчев. Настоящият труден етап не е по-лошо време за правене на сделки от всеки голям бум. Добрите бизнесмени винаги могат да намерят възможности и в най-мрачните времена – ако се подходи творчески и се мисли иновативно, сигурен е бившият финансов министър. Днес той отново е в амплото си на инвестиционен банкер и прави именно това – да открива възможности за бизнес и растеж.

Къде и в какво е уместно да се влага по време на кризата – отговори, без претенцията да са плацебо, търсим в основната тема на броя. Експертите не са на едно мнение за това къде е най-уместно инвеститорите да сложат парите си. Но са категорични в друго – моментът е сега!

Депресията е като тунел – от едната му страна влизаме, от другата излизаме, но променени, казва на нашите страници и финансистът Емил Хърсев. Според него може още утре да изгрее слънце.

Логичният ход на нещата е такъв - след зимата идва пролетта. А тя вече се възцарява...

Затова, както ще се уверите и на нашите страници, в „случването“ на добрите новини не бива да сме само зрители, а главни действащи лица и режисьори!

Приятно четене!

НЕВЕНА МИРЧЕВА,
главен редактор



Банкерите след подписването на кредитните линии



100 МЛН. ЛВ. ЗА БИЗНЕСА

Българска банка за развитие сключи кредитни линии с шест търговски банки, по които ще предостави 100 млн. лева за кредитиране на малки и средни предприятия. Споразумението беше скрепено с подписите на главния изпълнителен директор на ББР Асен Ягодин и от главните изпълнителни директори на Уникредит Булбанк Левон Хампарцумян, изпълнителния директор на Сосиете Женерал Експресбанк Мария Русева, на Алианс Банк България Никола Бакалов, на МКБ Юнионбанк Ма-

рия Илиева, на ПроКредит Банк Петър Славоу и на Общинска банка Сашо Чакалски. Очаква се в програмата да се включат Банка ДСК и Райфайзенбанк.

Банките партньори по програмата ще използват средствата за отпускане на заеми за МСП при преференциални условия - лихва до 7% годишно, размер до 2 млн. лева и срок за погасяване до 5 години. За фирмите са предвидени и по-благоприятни условия по отношение на дължимите такси и комисиони.



Фолклорни танци дадоха старта на кампанията за Чудесата на България

Избираме Чудесата на България

Уникално шоу на легендарната Нешка Робева даде старт на националната кампания на вестник „Стандарт“ „Чудесата на България 2“. Главният редактор Славка Бозукова събра на една маса министри, експерти, археолози, историци, общественици и медици. Те започнаха широка обществена дискусия за нови български обекти по егидата на ЮНЕСКО.

Голямото гласуване кои обекти да бъдат предложени на ЮНЕСКО започна в края на март. То се осъществява

на специален портал www.bgchudesata.com, създаден в сайта „Чудесата на България 2“, на два етапа – експертен и национален. Участниците в дискусията класират над 50 предложения за обекти от материалното наследство на България и над 10 от нематериалното. Порталът е отворен и за нови предложения. Да гадат вота си са поканени всички медици, учени от БАН, шефовете на регионални музеи, неправителствени организации, общественици. След месец класираните

на първите 30 места предложения ще бъдат пуснати за национално гласуване. Топ 10 на предложенията за ЮНЕСКО ще бъдат обявени на грандиозен спектакъл „Чудесата на България“ в НДК наесен. Тогава за първи път ще прозвучи и специалната песен, която се пише за кампанията.

През 2011 година с онлайн гласуване читателите определиха топ 10 на „Чудесата на България“. На първите три места се класираха Созопол, Перперикон и Несебър.

БИЗНЕС
КОМФОРТ

Пълноценна
комуникация за
бизнеса – богат избор
от програми и решения
за всяка ситуация.



 GLOBUL

BUSINESS PARTNER

Апетит за капитали

Във
времената на
нестабилност
и страх
печелят само
онези, които
откриват
ниши за
бизнес и за
вложения



ПЕТЯ СТОЯНОВА
ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Изборът къде да инвестираме вече няколко години е като опит да намерим съвместен подарък в полуразен магазин. Страхът продължава да пълни банките с прекалено много спестявания. Те започват да им тежат, тъй като заради липсата на интересни за финансиране проекти кредитирането е слабо. Увеличаването на депозитите съвсем не е симптом за забогатяване, тъй като това е капитал, в голямата си част изтеглен от реалната икономика.

Инвеститорите все още са уплашени и залагат на парите в брой при всяка лоша новина, обобщава Джим О'Нийл, председател на борда на директорите на Goldman Sachs Asset Management. Образно казано, кешът е цар – хората са твърде внимателни и предпазливи. Тези настроения правят трудно завръщането на инвеститорите на пазарите на акции, тъй като фокусът пада върху краткосрочните резултати.

Нарастването на депозитите е отражение на несигурността, а смисълът да инвестираш е да печелиш. Но кое вложение днес умножава парите извън оръжие, наркотици и проституция? При сегашната ситуация най-краткият отговор, който ще получите, е: „Там, където знаеш, че има печалба, и можеш да контролираш процеса на печалба, там влагай парите си. Ако можеш да развиеш бизнес и да си сред най-добрите, направи го. Но ако нямаш добра идея, тогава си сложи парите на депозит. Трябва да се внимава в избора на банка само за суми над 100 хил. лв., под тази граница гържавата гарантира вложенията.“ Други отново припомнят старото еврейско правило „Инвестицията се дели на три - в имоти, в злато и в стабилна валута“, но то не дава отговор кои ще са новите убежища за парите.

И все пак, докато всички се страхуват за досега спечеленото, някои продължават да печелят. Това са само онези, които виждат, че бутилката е наполо-



вина пълна, а не празна до половината.

Опасен синдром

Статистиката за депозитите на домакинствата показва постоянен темп на нарастване. За периода 2007-2011 г. те се удвояват – от 15 млрд. лв. в началото на 2007 г. до над 30 млрд. лв. в края на миналата година. Всяка година спестяванията в банки се увеличават с около 3 млрд. лв., а през 2011 г. ръстът е с 3,5 млрд. лв. Запазването на двуцифрени ръст на влоговете показва, че все още сме в депресивна фаза. Това няма да се промени, докато не се възстанови апетитът за инвестиции, който зависи от подобрението на средата.

„Структурата на депозитите в банковата ни система отхвърля митологията, че огромната част от спестяванията са на шепа богаташи. Те са притежание на значителна част от населението, което включва и т. нар. средна класа“, обяснява Петър Ганев от Института за пазарна икономика. „Може да се намерят аргументи срещу спестовността на българина, която спира потреблението и пътя към растежа, докато то е потиснато. Това обаче е класическата заблуда в икономиката – икономическите взаимодействия да се

опростяват до механични процеси и да се игнорира поведението на хората. Да гледаш формулата за брутният вътрешен продукт и да си казваш „ако се вдигне потреблението, ще скочи БВП“ и да твърдиш, че това е значимо икономическо прозрение, е несериозно. Ако има нещо, което наистина е важно за развитието, то това са спестяванията и съответно инвестициите, а не потреблението – категоричен е икономистът. - Няма общество, в което всички непрестанно да са предприемачи, да развиват бизнес идеи и да рискуват в собствени проекти.“

Депозитът е на власт

Финансовата криза промени инвестиционните нагласи на българина. Тенденцията на спестовност ще продължи заради несигурната икономическа среда. Депозитът ще доминира, докато не се появи желанието да се инвестира в по-рискови активи. Сред причините за обръщане на инвестиционните нагласи ще са инфлацията и спадът на лихвите по депозитите.

През февруари 11 банки коригираха лихвите по спестяванията. Но за разлика от други месеци, когато посоката на промените беше по-ясна, сега една част от финансовите

институции са подобрили предложенията си, а други са ги вложили. „Лихвите по депозитите са високи и ще падат, макар и плавно, и такава тенденция е налице. В момента някои банки поддържат нереалистично високи нива от 5-6% и после инвестират тези средства в ДЦК при 4% лихва пресмята главният изпълнителен директор на Българската банка за развитие Асен Ягодин. - Няма логика за толкова скъп ресурс, след като банковият депозит е единствена алтернатива за спестяванията, а инвестициите в пазарите на недвижими имоти и акции са замръзнали.”

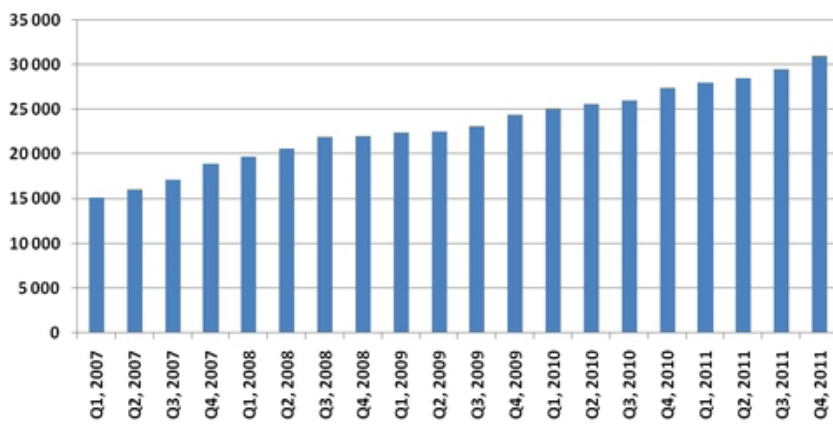
Трендът на лихвите

Средният ефективен лихвен процент за влогове до две години в евро у нас е 4,85%, докато в другите страни от ЕС нивото му е около 2-3%. Сравнително скъпи са спестяванията в Кипър, Швеция, Португалия, Ирландия, а най-евтини са в Люксембург, Естония и Австрия. Според януарската статистика на БНБ и Европейската централна банка нашата страна е първенец при нива на лихвите по депозитите на домакинствата. Но докато у нас маржът между лихвите по депозитите и кредитите за домакинствата е към 4%, в другите страни от ЕС е 1-2%. Сред причините за по-високата цена на ресурса са рестриктивните регулации за банкова дейност. Те правят банковата система по-стабилна, но допълнително оскъпяват продуктите за потребителите. Кредитните институции държат в БНБ 10% задължителни минимални резерви при нулева лихва, докато в страните от ЕС този допълнителен разход за банките е едва 2-3%. Фондът за гарантиране на влоговете също събира 0,5% върху депозитната база на финансовите институции и това също оскъпява ресурса. Депозитите у нас са по-краткосрочни в сравнение с влоговете в Западна Европа, което създава допълнителен риск.

Забравените фондове

Засега лихвените нива не притесняват банковите клиенти.

Спестявания на домакинства 2007 - 2011, БНБ (млн. лева)



Само за миналата година в депозити са инвестирани 38 пъти повече средства, отколкото са вложени във взаимни фондове. За сравнение през 2010 г. парите във влогове са надвишавали 32 пъти средствата в колективни инвестиционни схеми (КИС).

Дори нискорисковите фондове трудно се конкурират с депозитите, макар да имат някои предимства. Постигната доходност за 12 месеца е сходна с тази на едногодишен влог, но парите могат да бъдат изтеглени по всяко време, когато има обратно

изкупуване.

През 2011 г. средствата, управлявани от местни и чуждестранни договорни фондове, които работят у нас, са 836 млн. лв., срещу 878 млн. лв. година по-рано. Спад се забелязва както при най-рисковите, насочени към акции, така и при балансираните. Вложенията, насочени към недвижими имоти, също отбелязват понижение, но те заемат малка част от общите активи. Единствените КИС, при които има увеличение на активите (с 21%), са фондовете, инвестира-



Росен Иванов, Купувачите са в

Сега е добро време за сливания и придобивания на компании. Цените са пониски, отколкото

преди кризата, тъй като и пазарите са свити. Има много притиснати от финансови затруднения продавачи, затова те са склонни да продават по-евтино бизнеса си. Има и компании, които са в отлично състояние, но поради факта, че предложенията не са изгодни, не желаят да се разделят със собствеността си. Днес купувачите са в по-добрата позиция. Възможностите за сливания и придобивания са в няколко насоки. Едната е успешните компании от даден сектор да купят конкурент, за да консолидират пазара, те може да придобият дори фирма, която е на съседни пазари. Другата възможност е да излязат извън секторите, в които до момента работят, с цел бизнеса да се диверсифицира. Затова някои насочиха инвестициите си в АДСИЦ за земя,

тъй като подобна покупка все още е изгодна, а и земеделците е с потенциал за развитие. Храните, технологичните сектори, както и сегменти от енергетиката са потенциално интересни. Намират се и атрактивни възможности да се инвестира в разнообразни активи на добра цена.

Свидетели сме как един купувач придобива, после продава, след време отново кандидатства да купи същата компания. Това е, защото в годините на икономически бум придобиванията ставаха с много дълг. Компании, купени по такъв начин, в кризата срещат трудности с обслужването му и това става причина за препродажбата.

Може да се каже, че всичко се продава. Във всички сектори, дори в тези, които са силно засегнати от кризата, има компании, които вървят добре, и такива, които не се справят. Струва си да се придобие фирма, която е зле само ако сте сигурни, че можете да подобрите нейния мениджмънт и виждате начин, по който активите да станат по-ефектив-

щи в облигации.

Вместо доход на минус

По изчисления на Българската асоциация на управляващите дружества (БАУД) постигнатата средна доходност на КИС за 2011 г. е 6,6% и тя е малко над инфлацията. Едва 30 от схемите обаче отбелязват положителна доходност. Едва четири взаимни фонда имат доходност над 10%

за първите два месеца на годината. Лидер е ПФБК Восток, постигнал 20.64%. След него е Адванс IPO Фонд с 13.82%. В челото на класацията са Статус Финанс (13.19%) и Варчев високодоходен фонд (10.81%).

В търсене на нови схеми

Слабата ликвидност на борсата подценява акциите дори на компании с добри показатели, а

това засяга доходността на взаимните фондове, които инвестират в такъв актив. Промяна може настъпи само ако се провокират инвеститорите с перспективни вложения.

„Време е инвестиционната общност да се събуди и да предложи нови схеми за колективно инвестиране - предлага Пламен Дерменджиев, банков и инвестиционен експерт. - В „старите“ договорни фондове са останали неликвидни акции, чиято цена лесно се манипулира. В допълнение те притежават и неликвидни ценни книжа от компании с неадекватна на новите икономически условия задлъжнялост, за които с основание може да се твърди, че са в „технически“ фалит (отрицателен собствен капитал). Трудно можеш да привлечеш нови инвеститори, ако им предлагаш дялове от такива договорни фондове.“ Дерменджиев е на мнение, че управляващите дружества трябва да създадат нови договорни фондове и така ще формират и управляват портфейли от финансови активи, следвайки



управляващ партньор в Entrea Capital:

ПО-ДОБРАТА ПОЗИЦИЯ

ни. Подводните камъни при сливанията и придобиванията зависят от конкретната индустрия, компания или хората в нея. Затова при целия процес се прави детайлен джънджънс, изследват се всички възможни проблеми и рискове, договорите са много сложни като отговорности. Има рискове от всякакво естество. За една компания, която има производство, най-големият риск може да се окаже едно разрешително, а за фирма от сферата на услугите няколко ключови специалисти може да са най-големият „риф“. Ако се придобива бизнес, е добре да се използва професионална компания, която ще помогне да се прецени всички рискове, тъй като това не е лесен процес. Ако сме от страната на продавача, успяваме да вдигнем цената, което оправдава разходите на клиента. Ако сме от страната на купувача, може да договорим по-добра цена и да го предпазим от много капани. И купувачът, и продавачът е добре да се доверят на M&A професионалисти. На Запад големите корпорации имат свои

отдели по сливания и придобивания и въпреки това ползват инвестиционни банки, което им струва огромни пари, но си има причина за това. Особено за компании без опит в такива сделки е много рисково сами да се впуснат в подобно приключение.

Чуждестранните инвеститори в момента са много предпазливи и това отваря пазара за вътрешните играчи. Инвестиционните фондове също не са активни, очаква се промяна и в тази тенденция. Другата тенденция е банките да засилят продажбата на активи на компании в затруднено положение. Това вече се случва, макар и да не е толкова публично.

Български капитал се насочва към страни, които са географски близо – Гърция, Румъния, Сърбия, Украйна. Някои по-смели предприемачи гледат към Централна и Западна Европа, но това е най-вече в технологични сектори, в които има по-голям потенциал. В момента само високотехнологичните компании са на глобалния пазар.

Вложения в депозити и взаимни фондове

Период	Депозити (млн. лв.)	Пари във фондове (млн. лв.)	Фондове към депозити
31.12.2011 г.	31 901	836,1	2,62%
30.09.2011 г.	30 530	812,9	2,66%
30.06.2011 г.	29 293	888,9	3,03%
31.03.2011 г.	28 704	889,4	3,10%
31.12.2010 г.	28 037	878,8	3,13%
30.09.2010 г.	26 706	751,3	2,81%
30.06.2010 г.	26 319	662,5	2,52%
31.03.2010 г.	25 754	716,1	2,78%
31.12.2009 г.	24 837	608,5	2,45%
30.09.2009 г.	23 564	558,9	2,37%
30.06.2009 г.	22 922	466,3	2,03%
31.03.2009 г.	22 665	439,8	1,94%
31.12.2008 г.	22 168	455,7	2,06%
30.09.2008 г.	22 154	690,7	3,12%
30.06.2008 г.	20 857	901,8	4,32%
31.03.2008 г.	19 851	957,1	4,82%
31.12.2007 г.	18 986	1197,9	6,31%
30.09.2007 г.	17 268	1140,1	6,60%

* Данни: БНБ (млн. лв.)

стратегии, съобразени с икономическата реалност и очаквания.

Блясък на метал

Инвестирането на свободните средства никога не е било лесна задача. За да има печалба, трябва да се гледа в бъдещето, а не само в момента, защото доходът се очаква след време. Накъде да поемат свободните средства, е въпрос, който си задава всеки инвеститор. Обичайните посоки са вложение във валута, имот, благороден метал, стока или суровина, индивидуална или колективна инвестиция на борсата.

В исторически план жълтият метал си е извоювал реномето на добър щит срещу инфлацията и сигурно убежище в динамична икономическа обстановка. „Приемете го като една от основните резервни валути, която обаче не може да бъде засегната от фалит“, съветва президентът на

Prestige Economics LLC Джейсън Шенкер. Според швейцарската финансова група UBS до края на тази година златото ще покори нива от 2050 долара за тройунция, а платината ще струва 1675 долара. Експертите на BNP Paribas очакват средната цена на жълтия метал да достигне 2030 долара през последното тримесечие на годината, а догодина да надхвърли 2220 долара. Прогнозите на същата банка за среброто са за търговия при средни нива от 43,8 долара в края на годината и около 52 долара за тройунция през 2013 г.

Анализаторите на „ЕЛАНА Трейдинг“ и Saxo Bank пък смятат, че интересът към златото е все още спекулация, отколкото инвестиция. За „ЕЛАНА Трейдинг“ възможният сценарий

през тази година е повторение на тенденцията от 2008 г., когато в продължение на седем месеца имаше корекция от 30%.

Не всички инвеститори вярват в силата на скъпоценния метал. Уорън Бъфет предупреждава акционерите си, че трябва да избягват купуването на злато, защото има ограничена употреба и не притежава потенциала на обработваемата земя или компаниите, за да произвежда продукт с добавена стойност.

Златото обаче привлекло строителния предприемач Доналд Тръмп. За първи път в историята си неговата фирма прие скъпоценния метал като наемен депозит за нова сграда на Уол стрийт 40. Обикновено Тръмп изисква сертифициран чек в долари, но този път получи



Виктор Манев, управляващ съдружник в ММС:

И държавата може да влезе в обсега на инвестиционния радар

Изrael е от най-интересните играчи, които попадат в обсега на инвестиционния радар. Там непрекъснато се правят нови и нови разработки, в които влиза много ноу-хау.



Българската държава също не бива да се гистанцира от инвестиционния процес, тя би могла да създаде държавни компании в областта на технологиите или медицината и да назначи професионален мениджмънт, за да даде добър старт на нов бизнес. Така ще се създават нови работни места и когато компанията се развие, може да бъде предложена за приватизация. Вместо това на висока цена се предлагат за раздържавяване декапитализирани компании с огромни задължения, това не просто отблъсква потенциалните инвеститори, а руши имиджа на страната. Не продаваме държавните компании докато са печеливши, а когато закъсат здраво.

Всичко, което е борсово стока, се управлява от борсовите акули, а те се радват на стадото, тъй като то им

носи много пари. Но стадният тип инвестиции винаги е опасен, в един момент, когато тъпната изпадне в паника, тя може да те смаже.

Сега е прекрасно време за инвестиции, стига да знаеш какво искаш, а и да имаш капитал. Конкуренцията е слаба, всички са уплашени, държат парите си в банките и не правят никакви вложения. В каквото и бизнес да се инвестира, може да има добро развитие, тъй като предприемачите са се отгърпнали и чакат времената на растеж. Високите технологии са не просто ниша, те са с огромен потенциал за развитие.

От всеки бизнес, с който се заемате, трябва обаче да разбирате. Препоръчително е да се насочите към дейности, където ще се разбиват старите модели на бизнес и заради съвременните технологии ще се променят каналите на комуникация и на дистрибуция. За прогно-

читане са дейности, където китайците няма да са ви конкуренция. Дори мартениците вече са китайско производство. Това означава, че всичко, което е евтино да се направи с човешки труд и може да се мултиплицира дори за малки пазари, то се прави.

Ако не можете да инвестирате в свой бизнес, вложете свободните средства в бизнеса на някой, който е почтен. Но у нас тази култура липсва. Струва си да се заложи на малки и средни фирми, които имат потенциал да изнасят и да постигат растеж. Колкото и пазарът да е свят, винаги има възможности, но трябва хора, решени да успеят. Перспективни за инвестиция са интернет приложения, а също и решения, които разбиват стари системи на дистрибуция и познати модели, скъсяват пътя между крайния клиент и производителя. Традиционните убежища за парите все още работят, но големите печалби не са там. Сега е времето добрите компании да пораснат и българските предприемачи може да помислят за покупката на бизнес извън страната.

Вместо да държите парите си в банките, инвестирайте умно! Има в какво.

Сега е времето добрите компании да пораснат и българските предприемачи да помислят за покупката на бизнес извън страната

трикилограмови кюлчета на приблизителна стойност 200 хил. долара от Майкъл Хейнс, изпълнителен директор на фирма, занимаваща се с благородни метали.

Дългосрочни по неволя

Когато темата е за финансови прогнози на капиталовия пазар, анализаторите стават крайни песимисти. Основният източник за притеснение е дълговата криза в периферията на ЕС, която е заплаха за целия валутен съюз. Най-вероятно ще се оправдаят очакванията за нулев икономически ръст на еврозоната, което неминуемо ще се отрази и на българската икономика. През тази година не се очаква възраждане на капиталовия пазар у нас, където ниските обеми на търговия и слаба заинтересованост на инвеститорите са всекидневие. Сериозната обезценка на акциите на много от компаниите все още не мотивира дребните и чуждестранните участници. Техният интерес може да се засили, когато видят компании с добър фундамент. В противен случай липса на ликвидност ще принуди повечето инвеститори да сдържат дългосрочно акциите си по неволя. Само добри данни за макросредата могат да преобърнат тренда. Но анализаторите вече предупреждават за вероятен спад на основните фондови индекси на развитите пазари в резултат на лошата макросреда. Вследствие на очакваната рецесия в Европа повечето компании ще забавят ръста на продажбите си, а оттам и финансовите им резултати ще се понижат. „Напълно е възможно до края на



годината да станем свидетели на срив на фондовите пазари с 25%”, прогнозира портфолио мениджърът Джон Хюсман от Hussman Investment Trust. Той обаче се застрахова, че е напълно възможно индексите да са на по-високи нива след шест месеца, предвид на несигурността на финансовите прогнози в краткосрочен план.

Земя на хоризонта

Икономическата криза принуди много инвеститори да преосмислят посоката, към която да насочат парите си. Миналата година беше изключително успешна за търговията у нас със земеделски земи, особено на фона на продължаващата стагнация в другите имотни сегменти. Според експерти капиталовложението в земеделски активи е с най-бърза

възвръщаемост за нашите условия - под 16 години. Те прогнозираят, че търсенето ще се увеличава предимно от арендатори, които искат да разширят обработваемите си площи, за да получат достъп до по-големи евросубсидии. Сред най-големите играчи на пазара са специализираните земеделски фондове. Те купуват земята на парче, а после се заемат с комасирането ѝ, за да я препродават или отдават под наем. Според наблюдатели в момента има игра между арендаторите и фондовете за земеделска земя, което повишава нейната цена. В някои райони като Добруджа тя достигна 1000-1500 лв. за декар. Покупките са перспективни навсякъде, особено където стойността на земеделските площи е по-ниска, затова част от купувачите се пренасочват към Северо-западна България - най-изостаналият район на ЕС.

И все пак възможности за инвестиции не липсват. Печелят онези, които първи ги забележат.

*** Материалът не е препоръка за вземането на инвестиционно решение!**





Пламен Пейчев, главен дилър в Trader.bg: Инвеститорите предпочитат по-консервативни инструменти за търговия

Направихме анкета сред инвеститорите, които ползват нашата платформа, и ги попитахме кой според тях ще е най-търгуваният актив през 2012 г. Златото беше посочено от 46% от участвалите в анкетата, следвано от петрола (24%) и валутните двойки (16%). На последните две места се класираха акциите (11%) и индексите (4%). Фактът, че инвеститорите очакват златото да е най-търгуваният инструмент, показва, че въпреки овладяването на дълговата криза и добрите новини за икономиката на САЩ, по-голямата част от тях все още са предпазливи и предпочитат по-консервативните инструменти за търговия. В сравнение с миналата година апетитът за риск определено започва да нараства. Доказателство за това е голямото увеличение на броя на сделките на нашата платформа с по-рискови инструменти като акции и индекси. Въпреки че златото продължава да е най-търгувано, през първите три месеца на годината броят на сделките

с индекси и акции нарасна над 300% спрямо същия период на 2011 г.

Новините, които идват от Европа, неминуемо ще влияят върху настроеността на българите. Вече може да се говори за овладяване на дълговата криза. По-спокойно се гледа на най-засегнатите страни от нея - Гърция и Италия. Очакваме и данните за БВП за първото тримесечие на 2012 г., както за България, така и за Европа. Ако забавянето на ръста е по-малко от очакваното, това ще се отрази благоприятно върху нагласите на българите, ще внесе оптимизъм и смелост да пренасочат част от депозитите си към по-рискови инвестиции. Лихвите по депозитите и инфлацията се изравниха като процент от начало-

то на годината, което означава, че влоговете не носят печалба. Въпреки това смятам, че те остават предпочитан начин на съхранение на спестяванията, тъй като е най-добре познат. Същото се отнася и за недвижимите имоти, които традиционно са сред най-популярните инвестиции у нас. Междувременно очаквам и интересът към световните борси да продължава да расте. Броят на търгуващите на платформата Trader.bg, нараства с 30% годишно през



последните години, като този ръст се запазва и за 2011 г. През изминалата година българинът отделил между 200 и 9000 лв., за да започне да търгува на международните пазари. Близко 70% от трейдърите инвестираха суми до 1000 лева във Валутни, злато, петрол и акции.



Евгения Волен, финансов консултант: Нужно е глобално мислене, а

В днешно време стана ясно, че безрискови инвестиции няма. Всеки инвеститор индивидуално определя в какво да влага парите си. Според възрастовата група има инвестиционен хоризонт, към който се гледа, и ниво на риск, който се поема, трябва да е съобразено с това, както и с общото количество средства, които имате. Не бива всичко да се вложи само във високорискови активи.

При „сините чипове“ доходността от акциите е по-ниска, но при фармацевтичните компании в България е сравнително добра. Целият сектор на медицина и фармация тепърва динамично ще се развива, тъй като при застаряващото население на Стария континент ще трябва да се пола-

гат все повече грижи за хората, а и качеството на обслужване да расте. Освен това се увеличава процентът от доходите, които хората са готови да дадат за здраве и красота. В тези два сектора, които са като скачени съдове, високите технологии ще имат все по-голямо проникване и този процес е необратим, например при електронизацията на данните на пациентите, диагностиката. Бъдещето ще принадлежи на онези дейности, в които се кръстосват сфери на познание – например здравеопазване и технологии, обучение и технологии. Това ще дава предимство и на хората, които имат висока компетентност в две области. Те ще посочват нишите за развитие и този вид проекти ще

са най-перспективните.

За дребния инвеститор възможност са инвестиционните фондове, които групират инвестициите. До известна степен може да се разчита на факта, че професионалисти се занимават с тяхното управление. Там и портфолиото ще е диверсифицирано, тъй като отделният инвеститор не би могъл да направи това толкова добре. Има лимити на инвестиране,

така че инвестиционните фондове не може да насочат всички средства в един сектор или в една държава, иначе вложението може да пропадне. Като цяло обаче за малкия

Бъдещето ще принадлежи на онези дейности, в които се кръстосват сфери на познание

индивидуален инвеститор опциите са ограничени. Когато има интересни технологични компании, те се погълщат от гигантите, а не излизат на

Николай Василев, управляващ партньор в „Експат Капитал“: Най-големите печалби идват след най-силните спадове

Теориите за икономическите цикли поне за мен не звучат много убедително, но циклите са безспорен исторически факт. Обикновено най-големите печалби за инвеститорите настъпват след най-силните спадове на пазарите. Ако можехме точно

да ги предвидим, щяхме да сме милиардери. Следователно въпреки несгодите на сегашната криза, можем да очакваме нов период на по-висок растеж. Моите прогнози са, че той ще започне от тази година. Какво да правим с парите си?



Депозитите бяха правилната стратегия за 2008-2011 г.

Ако през 2007 г. имахме кристално кълбо, то щеше да ни препоръча да разпродадем всичките си активи (акции, имоти) на високите цени и да сложим всичко на депозит в български банки. Лихвите бяха високи, банките – стабилни, а гаранцията върху депозитите – увеличена.

Няма вечно да е така. Това е все едно през снежния февруари да се заречем никога повече да не мислим за плаж. Но лятото ще дойде. Ако вечно стоим на депозити, ще спим по-спокойно, но може да пропуснем големи възможности за печалби, ако се повторят дори частично добрите възможности от 2001-2008 г.

Препоръчвам два класа финансови активи за 2012 г.

В нашата инвестиционна компания „Експат Капитал“ към момента препоръчвам на своите клиенти да инвестират в:

- *Европейски банкови и корпоративни облигации – вече се покачиха с 5-10%*

Цените на облигациите на водещи европейски банки и фирми паднаха

изненадващо през 2011 г. поради рисковете в Гърция и еврозоната. С това доходността се покачи и ние идентифицирахме тази възможност.

• *Български акции*

Индексът на българската борса SOFIX е спаднал с 84% от 2007 г. насам. Колкото и неразумни да са били висотите преди 4 години, държавата не се е сринала дотолкова, че акциите да паднат 7 пъти. Нямаме валутна, дългова или банкова криза. Просто минахме през неприятна рецесия. Прогнозите ми са, че цените на някои български акции ще се повишат. Разбира се, не всичко, което плува, е риба. Препоръчвам инвестиции в дружества, които:

- *са на голяма печалба*
- *имат ниска задлъжнелост*
- *постигат ръст на продажбите*
- *се търгуват на съотношения цена/балансова стойност под 1 и цена/печалба под 8*

Време ли е отново за имоти

Един от малкото позитиви на настоящата криза е отрезвяването от няколко заблуди, сред които и мнението, че „недвижимите имоти са най-сигурната инвестиция и цените им не могат да паднат“. Очевидно паднаха поне наполовина за няколко години. В момента огромен брой имоти се продават, а купувачите са малко. Понякога това е добър момент за покупка. С умели преизобретения могат да се придобият добри активи на ниски цени. Такава е стратегията на нашия фонд за недвижими имоти „Експат Бета“.

Важни правила за инвеститорите

Независимо от времето, мястото и размера на инвестициите, всеки трябва да спазва 5 важни принципа:

1) **Диверсификация – не всички яйца в една кошница**

Да инвестирате всичките си спестявания само в един инструмент, е все едно да заложите всичко на рулетка на червено или черно. Рискът не си струва. Правилно е да поберете повече на брой разнообразни инструменти. За хората, които не се занимават професионално с това, най-добрият вариант са взаимните фондове, където професионалистите по управление на акцията са се погрижили за диверсификацията на риска. Това е удобен инструмент за по-дребните инвеститори.

2) **Не вземайте пари назаем, за да спекулирате с инструменти, които**

не разбирате

Личността често играе лоша шега. Ако не сте специалист, не се поддавайте на обещанията мания, че „имотите вечно ще растат“, „златото или нефтът винаги са нагоре“, акциите също. Да вложиш част от личните спестявания в рисков инструмент е приемливо – ще загубиш малко. Но да вземеш голям дълг с високи лихви и да загубиш – не е.

3) **Колкото сте по-млад, инвестирайте повече в акции**

За последните 100 години акциите са донесли много по-големи печалби от облигациите, имотите, депозитите. Ако сте млад и спестявате дългосрочно, можете да преживеете една-две кризи като азиатската (1997 г.), руската (1998 г.) или спада на пазарите около 2002 г. В крайна сметка се очаква да спечелите, освен ако майте не са били прави за края на света.

4) **С малки суми, но редовно**

Едва ли може да разчитаме, че ще предвидим точно най-високата или най-ниската точка на пазара. Дори Джордж Сорос загуби неколкостотин милиона в акции на Lehman Brothers гни преди фалита. Разумна стратегия би било всеки месец да се внася определена сума в инвестиционната сметка, както правите това с вноските за пенсия или за здраве. Не бива да се поддавате на емоциите от посоката на пазара – дори един инструмент за известен период да е надолу, дългосрочно може да се окаже печеливш.

5) **Доверете са на съвета на професионалистите**

Както търсим добър зъболекар или адвокат, защото не можем да свършим тяхната работа сами, така повечето хора не са вещи във финансов анализ. Разумно е да се обърнат към фирмите за управление на активи, тъй като те ежедневно се занимават с инвестиции, наблюдават стоотици акции и облигации от цял свят и навреме могат да усетят променящите се условия на пазара.

НЕ ЛОКАЛНО

борсата да набират капитал. А в стадия на зараждане на бизнеса инвестицията е високорискова и тя не е за дребни инвеститори. Перспективните сектори са IT, био-и нанотехнологиите, земеделието, в което високите технологии също ще намират приложение. Водата и напояването в селското стопанство в световен мащаб ще привличат все по-голям инвестиционен интерес. Вложенията не бива да се ограничават само в България, а да се насочват към печеливши сектори по света. Вътрешният пазар е много малък и за да може една фирма да се разрасне, тя трябва да има продукт, който да е търсен на външните пазари. Нужно е глобално мислене, а не локално. Бъдещето принадлежи на технологиите и на приложението им в реалната икономика, а тя все още греме поради липса на адекватно финансиране.

Петър Андронов, мениджър на КВС Груп
за България и главен изпълнителен директор на СИБАНК:

Спестителите ще търсят алтернатива при лихва под 2%

ПЕТЯ СТОЯНОВА

- Г-н Андронов, статистиката отбелязва особен феномен у нас – хората пестят по време на криза. Какво показва тази тенденция?

- Тя означава, че желанието за потребление и инвестиции е силно потиснато и числата просто го потвърждават. Единственото, което се надявам все пак да не се случи, е след няколко години пропорцията между двата агрегата да не се е влошила. Има естествени пазарни и социални процеси, характерни за подобни кризи, които няма как да заобиколим или да избегнем. Подобни явления се наблюдават и в другите страни в сходна фаза на развитие и аз не виждам в това някакъв феномен. Нормално е при такива обстоятелства лихвените проценти по депозитите да вървят надолу и затова наблюдаваме това движение от средата на 2009 г. За една година лихвите по новия бизнес падат средно с около 80 базисни точки, което означава, че при този темп на поевтиняване на депозитите в някакъв период от време ще се изчерпи атрактивността на тази инвестиция. Когато лихвените проценти по новия бизнес са близки до инфлационното равнище или дори минават под него за средносрочен период от няколко тримесечия, населението и фирмите започват да преосмислят инвестиционното си поведение. Пазарът действа с плавно приспособяване към условията и няма как това да се случи изведнъж, но от две години и половина се наблюдава движение в тази посока. Допускам, че ако сегашната тенденция на свръхспестовност продължи още поне година и междувремево лихвените проценти спадат под 2%, немалко от спестителите ще потърсят алтернатива за средствата си.

- Какво е мястото на промоциите за депозити с лихви на по-високи нива и какъв ще е трендът?

- Трябва да се отбележи, че напо-



© ВИКТОР ЛЕВИ

следък

промоциите на по-високи нива са по-скоро изолирано явление

Големите пазарни участници, чието поведение формира средата, се придържат към относително ниски лихвени проценти. Когато има пренасищане със свободна ликвидност, която няма в какво да се инвестира, не е логично да се предлагат и по-високи лихви. През последните две години част от банките замениха външното финансиране с вътрешно заради по-атрактивни възможности и възстановиха частично заемите си към банките майки. Смятам, че този процес вече е към края си, защото съотношението на кредити към депозити при повечето институции все още е над 100%, но вече ги приближава. По тази причина намалява склонността на дъщерните банки в България да връщат пари на банките майки, а и самият обем на тези заеми е значително по-малък. За две години банките у нас върнаха при-

близително 5 млрд. лв., но в същото време привлякоха над 10 млрд. лв. местни влогове. Депозитната база се регенерира доста по-бързо, отколкото е потребността да се връщат пари навън и основната алтернатива пред банките е да свалят още повече лихвените проценти заради заливащия ги финансов ресурс. Промяна в поведението на кредитните институции може да настъпи само при значителна турбуленция на външните пазари. Заради икономическата несигурност в средата на миналата година българският банков пазар временно се отказа от тенденцията надолу по кредити и по депозити. Трендът на намаление беше преустановен за около шест месеца и едва в началото на 2012 г. отново наблюдаваме подобно развитие.

- Министерството на финансите поиска намаление на лихвите по заемите и вече се обсъжда начинът. Ще се намери ли пресечна точка между уницираната регулация и пазарната реалност?

- Министерството на финансите търси решение на макар и относително незначителен брой оплаквания на клиенти от някои банки. С колеги в банковата асоциация направи-

хме опит да преброим оплакванията и те се оказаха под 0.1% от всички клиенти. Напълно разбираме, че хората се нуждаят от равновесност във взаимоотношенията си с кредитните институции, а по същество на обстоятелствата защита на потребителите на финансови услуги в България се разви най-бавно в сравнение с банковия надзор и общата финансова стабилност. Защитата на клиентите беше поценявана и изостана като административна функция, защото до 2008 г. нямаше сериозни проблеми. През годините със сигурност е имало недовлетворение и разочарование у някои потребители на банков услуги и те са се оплаквали. Сега Министерството на финансите търси начин да компенсира вакуума и да осигури защита на потребителите. Банките участват в разговорите като консултант, който обяснява какви последици може да имат отделните мерки. От друга страна, пазарът си върши и сам работата, като в момента е склонен да осигурява все по-изгодни условия за кредитополучателите и по-малко атрактивни за депозантите. Колкото по-малка е пряката административна намеса, толкова по-добре за клиентите, но естествено ако има пропуски в законодателството или отделни елементи, които да позволяват злоупотреби или изкривяване, ние сме склонни да подкрепим разумни и оправдани решения в полза не само за сектора, но и на гражданите.

- Каква е оценката ви за икономическите условия в България и риска на средата?

- Те могат да се обобщат в няколко точки - макростабилност, фискална дисциплина, стабилност на валутния борд, стабилност на финансовата система и по-конкретно на банковия сектор. Ако има нещо, заради което рейтинговите агенции ни хвалеха или поощряваха в оценките си, то е, че фискалната, паричната и банковата система се държат стабилно като трите крака на трикрак стол, на който може да стои цялото стопанство. Всяко гестабилизиране, на който и да е от тези три елемента, носи риск за цялата среда. Данъчната предсказуемост и устойчивост е голям плюс за България. Положителните ефекти се неутрализират от функционирането на съдебната система и корупцията в администра-

цията. Освен това, за съжаление, доходността на инвестициите в България от доста време вече не е толкова висока, че чуждестранните инвеститори да се надпреварват, за да дойдат у нас.

- На макрониво нещата изглеждат стабилизирани...

- В сравнение с региона и общо с ЕС икономическите показатели изглеждат съвсем прилично. При сегашните параметри на дълга, размера на дефицита и инфлацията, която вече е съществено конвергирана към европейските нива, и лихвените проценти, които са близки до прекризисните си равнища, както и с оглед стабилността на валутния борд и банковата система, можем да приемем условията на макросредата на страната ни за относително добри.

- Но на микрониво са ниските доходи, свитото потребление, безработицата, ограниченото кредитиране. Кога да очакваме промяна?

- За съжаление тази промяна няма да настъпи както много, много ни се иска в кратък период от време.

Излекуването на стопанството ще трябва да премине през всички обичайни фази на реструктуриране на бизнеса и възстановяване

Ключов елемент за възстановяването на доходите на населението, а от там и на стопанството са позитивните икономически сигнали. Едва когато очакванията за растеж станат трайни и се проявят през дълъг

период от време, едва тогава със сигурност ще се променят и параметрите на икономическото поведение на фирмите и населението, които ще започнат да заменят спестяванията с инвестиции и потребление.

Спомнете си годините от 1997 до 2001 г., когато външната среда беше коренно различна и проблемът на българската икономика беше изцяло вътрешен. В продължение на четири години кредитирането растеше с едноцифрени стойности и БНБ беше сериозно загрижена, че българските банки депозират над 25% от свободните пари в чужбина. С ресурса кредитирахме чужди стопанства, защото както и сега населението и фирмите наемаха смелостта и готовността да работят по нови проекти. Но тогава обаче банковият пазар не беше приватизиран и имаше сравнително крехка конкуренция. Сега лихвените проценти се адаптират доста по-активно, отколкото в миналото. От края на 2008 г. до средата на 2009 г. те се увеличиха средно с между 1,5 и 2%, но след това се върнаха на нивата преди кризата. И ако преди кризата при същите лихвени проценти по заемите портфейлът на кредитните институции за банкиране на гребно растеше с около 100%, то сега годишната му промяна е близка до нула. Очевидно при едни и същи, а даже и при по-ниски лихвени проценти по нов бизнес за ипотечни кредити в евро (и почти същите в лева), сега отбелязваме коренно различни резултати. С други думи, въпреки че лихвените условия са еднакви, през последните три години липсва склонността на потребителите да предприемат нещо, както и увереност, че ситуацията е стабилна. Когато чувството за сигурност по отношение на работното място и бъдещето се възстанови, тогава клиентите на банките ще се върнат, защото условията вече ги има.



ВЛАДИМИР МАЛЧЕВ,
ИП БулТренд Брокеридж

В какво да се инвестира е един от вечните въпроси, които има много отговори, зависещи от различни фактори. Всеки инвестиционен консултант ще ви каже, че преди да изберете в какво да инвестирате, трябва да определите за себе си няколко основни критерия – времеви хоризонт, т.е. колко дълги са ви парите, каква доходност очаквате, която би ви задоволила, и колко голям риск сте склонни да поемете, т.е. преди да мислите за евентуалните печалби, да прецените каква загуба бихте понесли.

За радост 2012 година, поне за момента, изглежда доста по-безоблачна от миналата година, когато на пръстите на едната ръка се брояха печелившите класове инвестиции – основно златото и ценните метали и групата на нискорисковите валути като японската йена например. Към днешната дата европейската дългова криза изглежда смекчена и с по-добри перспективи за разрешаване, и въпреки че подобряването на ситуацията е много крехко и лесно можем да се върнем към хаоса от края на миналата година, засега в професионалните среди преобладава мнението, че след краткотраен период на рецесия или забавяне на растежа глобалната икономика ще продължи да се възстановява от икономическата криза.

Предприемците от централните банки и правителствата мерки във водещите икономически региони на света имаха малко или много едно и също проявление, което накратко и в по-широкостепен формат наричаме „печатане на пари“. Това е причината, все повече икономисти и финансисти по света и у нас да виждат в малко по-дългосрочен план задаващия се призрак на високата инфлация. Макар че за подобни процеси е все още рано

Фондовият пазар в Русия и донякъде в България ще са интересни тази година

да се говори, финансовите пазари и големите компании вече започват да мислят и да се настройват за такова развитие. Традиционен защитник на спестяванията от инфлация са акциите, златото и другите борсови стоки, както и някои специфични облигации, обвързани с инфлацията. Любопитен момент е, че за момента златото не се представя добре през настоящата година, особено на фона на други активи, което подсказва, че инвеститорите засега залагат повече на оптимистични очаквания за икономиките, поради което купуват суровини и акции, а за сериозно отражение в структурата на инвестиционните им портфейли спрямо инфлационните очаквания все още като че ли е рано да се говори.

Очакванията на мнозина за 2012 година бяха, че това ще бъде годината на акциите – в края на 2011 година за много водещи световни борсови индекси се прогнозираше доходност от 10-20% в края на тази. Пазарите обаче изненадаха всички и до голяма степен сбърнаха тези

прогнози още през първото тримесечие. Германският DAX се повишава с над 18%, в САЩ водещите индекси носят доходност от над 10%, което прави актуален въпросът какво ще се случва отпък нататък. Определено може да се каже, че възходящият

тренд ще продължи, ако нещо драматично не се случи с някои от проблемните членки на еврозоната. Разбира се, корекциите надолу дебнат във всеки един момент, но по правило те могат да се използват за по-изгодни покупки.

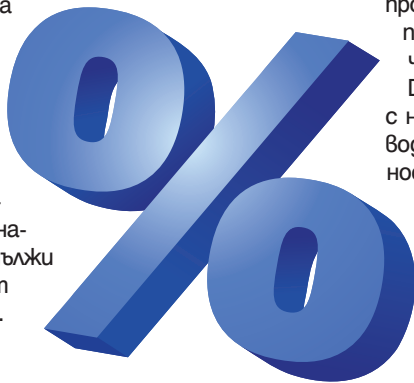
Като цяло добра ще бъде годината и за пазарите на суровини, като, разбира се, и тук има голяма специ-

фика. Различните групи суровини ще имат различно представяне, като петролът и някои аграрни култури за момента изглеждат с по-добри перспективи. Определено като най-губещ се очертава природният газ, който от началото на годината губи 28% от стойността си. Класическо прокси на настроеността на пазарите за перспективите на глобалната икономика са базовите метали като медта, която поскъпва с над 9% от началото на годината.

За да се възползваме от движението на световните финансови пазари, било на акции, суровини, валути или облигации, най-лесният и удобен начин е покупка на борсово-търгуеми фондове, т.нар. ETF (exchange-traded fund). През последните години те набраха голяма скорост, тъй като позволяват сравнително евтино и достъпно инвестиране във всякакви възможни активи и пазари. Съществува голямо разнообразие от такива фондове, с разнообразна структура и профил, които могат да отговорят на интересите и очакванията на всеки инвеститор.

Два фондови пазара, на които искам да обърна по-детайлно внимание, са тези в България и Русия.

За Българска фондова борса вече стана банално да се говори, че липсва ликвидност и инвеститорски интерес, а борсовите индекси почти не помръдват. Не може да не се отбележи обаче, че участниците на рондия капиталов пазар започнаха все по-явно да разделят емисиите на такива, които заслужават доверие, и такива, в които за момента не си заслужава да се влагат пари, поради качествата на мениджмънта и отношението към публичния статут на компаниите, които той управлява. Първата група, разбира се, е далеч по-малка и в нея се включват акциите на компании, които доказаха, че могат да се справят силно и в кризисните години и които продължават да споделят печалбите си със своите акционери, разпределяйки дивидент. Тук безусловно най-силно впечателение като че ли правят групите със специална инвестиционна цел, инвестиращи в недвижими имоти. Акциите на Адванс Терафонд напри-



– МАНТРАТА НА 2012-а

мер, един от големите инвеститори в земеделска земя, поскърпват с над 25% за последната една година до 1.71 лева за брой, като за периода разпределиха и нетен дивидент от 4.56 стотинки, а през тази година акционерите ще получат още над 20 стотинки дивидент от печалбата за 2011 година. Акциите на друг голям инвеститор в земеделска земя – Еларг фонд за земеделска земя АД-СИЦ – също радват инвеститорите с доход от близо 59% за последната година до 1.19 лева за брой, като освен това от тях акционерите също очакват дивидент от над 7 стотинки от печалбата за 2011 година. Поскърпването на акциите на фонда през последната година се дължи до голяма степен на намерението на мениджърната доброволно да ликвидира компанията, като разпродаде активите ѝ и разпредели ликвидационна квота сред акционерите. Такова решение вече беше взето на наскоро проведеното Общо събрание на акционерите, като според избрания ликвидатор ликвидационната цена на акция ще бъде между 1.50 и 2.00 лева за брой в зависимост от пазарните условия. Сред другите АДСИЦ-и, които инвеститорите приветстват с действията си на пода на БФБ, са Буленд инвестмънтс (с ръст от 13.5% за последната година до 0.84 лева и последен дивидент от 0.067 лева за брой) и Фонд за недвижими имоти България (годишен ръст на цената на акция от 9.9% до 0.755 лева за брой и последен дивидент от близо 4 стотинки). И двете компании реализираха печалба за разпределение за 2011 година, като инвеститорите очакват дивидент от около 10 стотинки при Буленд инвестмънтс и над 20 стотинки при Фонд за

недвижими имоти България.

Напоследък на засилен интерес се радват и акциите на Булгартабак холдинг и неговите дъщерни дружества, като тук определено катализатор за интереса на инвеститорите се оказва приватизацията на държавния дял в холдинга от руската VTB Capital.

Добри инвестиционни възможности могат да се намерят и при някои износители като М+С хидравлик, чийто продажби и печалби продължават да нарастват.

За руския фондов пазар и руската икономика 2012 година се очертава като повратна, тъй като всички ключови фактори диктуват една позитивна посока – глобален оптимизъм за инвестиции в акции, политическа стабилност и пространство за реформи на местна почва след спечелените президентски избори от Владимир Путин и на последно място, но не по важност, растящи цени на петрола и другите ресурси, на които Русия е сред водещите производители и износители в световен мащаб. За капак потенциалът на Русия сред страните от групата BRIC изглежда най-голям в момента. Китай и Индия вече се борят със забавящия се икономически растеж, а бразилското правителство се принуждава да взема мерки за отслабване на местната валута, за да запази темпото си на икономическо развитие. На фона на относително по-стабилните макро и валутни перспективи на Русия в сравнение с Китай, Индия и Бразилия, руският пазар на акции стои с доста по-ниски ценови показатели от своите конкуренти в групата BRIC. Това е обичайна характеристика на акциите на руски емитенти, но сега тази разли-

Борсови стоки	%
Соево масло	2.13
Царевица	-1.02
Петрол, сорт брент	16.13
Лек суров петрол	5.61
Памук	-2.38
Злато	4.64
Мег	9.32
Гориво за отопление	11.02
Кафе	-23.04
Рогат гобитък	-0.77
Газвол	11.83
Природен газ	-28.07
Соя	2.13
Сурова захар	14.24
Сребро	12.11
Какао	7.33

Представяне на някои борсови стоки и суровини от началото на годината

ка е доста по-голяма от средната в исторически план, което е още един повод да насочим вниманието си към потенциалните възможности за инвестиции на руския капиталов пазар. С оглед на гореизброените причини много вероятно е в близките месеци акциите в Русия да донесат по-добра доходност от останалите развиващи се пазари при равни други условия, разбира се. В момента представителният руски борсов индекс RTS се намира на нива от 1650 пункта, а водещи руски инвестиционни компании прогнозираят нива от 2000 пункта още през летните месеци.

* **Заглавията са на редакцията**

* Информацията в статията не представлява предложение за покупка или продажба на ценни книжа, а изразява единствено мнението на автора.



Милен Велчев:

Идва време за инвестиции

VTB Capital

Финансов министър на 2002 г. според сп. „Euromoney“, Министър на годината по оценка на електронното издание „Business World“, Глобален лидер на утрешния ден по критериите на Световния икономически форум в Давос, „Мистър Икономика 2003“ за особен принос в българската икономика според сп. „Икономика“... Милен Велчев е най-младият министър на финансите след възстановяването на българската държава през 1878 г., той е и министърът на финансите, получил най-голямо международно признание по време на своя мандат. Роден е през 1966 г. в София. През 1988 г. завършва международни отношения в УНСС. Има магистърска програма по стопанско управление в университета Рочестър в

Ню Йорк, както и магистърска програма по финансов инженеринг на Масачузетския технологичен институт в САЩ. Позицията му на вицепрезидент в управление „Развиващи се пазари“ в Мерил Линч се оказва добър трамплин към влизането в българската политика по време на управлението на Симеон Сакскобургготски. Като логична стъпка в кариерата му, а не толкова като изненада, бе приета новината, че Милен Велчев става главен изпълнителен директор на българския клон на VTB Capital, която е част от руската Внешторгбанк (ВТБ). Заедно с брат му Георги Велчев и със заместника му във финансовото министерство Красимир Катев ще отговарят за навлизането на ВТБ на Балканите.



Ще бъдем влиятелната инвестиционна банка, казва главният изпълнителен директор на българския клон на VTB Capital

ТАТЯНА ЯВАШЕВА
ПЕТЯ СТОЯНОВА

- Господин Велчев, фактът, че в сегашната политическа ситуация втората по големина руска банка VTB стъпва у нас, не показва ли, че няма вечни приятели, има вечни интереси?

- Не бих обвързал появата на банката с конкретна политическа ситуация, каквато и да е тя. Сериозният бизнес е аполитичен и VTB има претенции да развива дейност наравно с най-големите европейски инвестиционни банки. По правило този тип инвеститори бягат от всякакви политически окраски. А иначе в отношението между България и Русия, в разрез със споменатата от вас максима, е по-правилно да търсим признаци на приятелство, а не интереси. Откриването на офис в България на такава институция, каквато е VTB за Русия, не може да не бъде силно положителен знак.

- В свои води ли плувате като banker, след като минахте през поста на финансов министър?

- В амплото на banker и на експерт винаги съм се чувствал по-добре, отколкото в политически одежди – и преди, и след активната си политическа кариера.

- Какво освен владеенето на руски език се оказва ваше преимущество в избора ви на главен изпълнителен директор за България?

- Не е уместно аз да обсъждам личните и професионалните си качества.

- Защо VTB реши сега да открие офис в България, а не преди кризата?

- В своите инвестиционни решения

VTB не се ръководи от конкретната политическа или икономическа конюнктура. Изкушавам се да се подсетя за една американска банка, която два пъти е откривала и два пъти е закривала офис в

Москва. Сега е настъпил такъв етап в развитието на банката, когато тя започва да гледа по-активно на присъствие извън страните от бившия Съветски съюз. Рагващото е, че България е една от първите страни в Европа, в които VTB стъпва.

- Защо точно България беше избрана като подстъп към региона?

- България не е голяма икономика, но притежава няколко привлекателни страни, които подтикнаха банката към тази крачка. Ние сме член на Евросъюза, същевременно не страдаме от общото заболяване на южноевропейските държави, наречено остра финансова криза. Валутният борг ни дава необходимата стабилност, а ганчната политика на страната се характеризира с предсказуемост и приемственост. Географски страната е в центъра на Балканите и се пази от проблеми в двустранните отношения със съседите си за разлика от други страни в региона.

- След като VTB стана собственик на „Булгартабак“, кои са следващите ви инвестиционни проекти?

- Ако очаквате да споделя творческите си планове...

- В медиите излязоха различни „творчески планове“.

- Сигурно ще продължават да излизат, но от мен няма да чуете нещо различно от това, че не е

редно и не е сериозно да се коментират предстоящи сделки, преди да бъдат завършени.

- И все пак, кои са секторите, към които гледате с внимание?

- VTB не се фоку-

сира върху едни сектори за сметка на други. Съвсем естествено е да се предположи, че енергетика, инфраструктура, телекомуникации представляват по-голям интерес просто защото компаниите в тези

Откриването на офис в София на такава институция, каквато е VTB за Русия, е силно положителен знак

сектори са по-големи. Едва ли скоро банката ще се заинтересува от проекти в шивашката

индустрия.

- Един от най-динамично развиващите се сектори са информационните и комуникационните технологии. Ще се насочите ли към него?

- Да, стига да има достатъчно големи по мащаб проекти. Засега за съжаление не виждам такива перспективи, компаниите са малки.

- В криза активите са поценени. С това ли българската икономика точно сега е привлекателна за вас?

- Добрите бизнесмени винаги могат да намерят възможности и в най-мрачните времена на криза. Именно в криза назряват реформи и структурни промени, които може да вдъхнат нов живот на една икономика за години напред и да са решителна крачка в развитието на един бизнесмен. Така че, ако се подходи творчески и се мисли иновативно, кризата е не по-лошо време за правене на бизнес отколкото най-големият бум.

- Да разбираме ли, че вашата стратегия включва по-скоро вдъхване на нов живот на стари гиганти, а не откриване на изцяло нови бизнеси?

- По правило една банка не инвестира сама, макар че и това не е изключено, а го прави заедно с клиентите си и в помощ на техните проекти. Ето защо от нашите клиенти зависи къде те виждам възможности.

- Значи сте отворени за разговор с клиенти?

- За какво иначе да угваме на работа?

- Още ли смятате, че финансовата криза е по-лоша от развода, защото при нея губиш половината от състоянието си, но оставаш и женен, или преформулирахте тази своя максима?

- Дори и след развода някои намират щастие в следващо семейство. Кризата често има същия ефект.

В отношенията между България и Русия е добре да търсим признаци на приятелство, а не интереси



СНИМАК КРАСИМИР СТОИЧКОВ за MANUFACTURA

VTB Capital

VTB

- А вие загубихте ли от кризата?

- Във финансово отношение почти няма хора, които да не са загубили. Но както е необходимо да го иде зимата, която да бъде последвана от пролетта, така и кризата е нещо неизбежно и тя играе своята позитивна роля.

- Имате ли новина за пристигането на пролетта след кризата?

- И аз пускам телевизия, влизам в интернет, за да открия подобни новини. Но не бива да сме само тв зрители, а да сме в ролята на актьори и режисьори.

- На вас тази роля май ви се удава?

- Бъдещето ще покаже.

- Имате ли виждане накъде ще се върви след кризата?

- Посоката е напред и нагоре, но докато излезем от кризата, трябва да отваряме очите си на четири и да се пазим да не излетим от пътя. Същевременно трябва да търсим и най-краткия път към растежа.

- Когато в такава ситуация се правят големи инвестиции, как се преценява рискът?

- Рисковете са комплексни. Обикновено в период на спад банкерите виждат повече риск, отколкото реално съществува, така както при бум понякога подхождат късогледо. Трябва да се внимава за рисковете, но също толкова внимателно да се следи и за възможностите, които понякога са мимолетни.

- Като финансов министър лансирахте идеята за замяна на доларовите брейди облигации с глобални еврооблигации. От позицията на времето как гледате на трансформирането на външния дълг на България? Излязоха ли верни сметките, че страната ще спести 1 млрд. лв. бъдещи лихвени плащания?

- Със сигурност ще има достатъчно зложелатели, които ще продължат да правят едни или

други сметки. Подобни изчисления не се правят всяка сутрин, използвайки последния курс на долара и последните лихвени равнища.

Такива сметки се правят в деня на сключване на сделката и те еднозначно показват многомилionните ползи, които България извлече. И то не само като финансова печалба.

Да се внимава за рисковете, но също толкова внимателно да се следи и за възможностите, които понякога са мимолетни

Кой се наема да изчисли спокойствието на българските ганькоплатци от това, че валутните и лихвените рискове

рязко намаляха след сделката и кой може да изчисли колко точно е спечелил българският бизнес от падането на лихвите през последните 10 години?! Но възможностите за загуба на време с безсмислени изчисления са практически неограничени.

- Един от най-обсъжданите въпроси е по какъв начин през януари догодина държавата ще рефинансира 1,7 млрд. евро външен дълг, в който влиза и главницата. В състояние ли ще са банките според вас да финансират вътрешен дълг в размер на 500-600 млн. лв.?

- Мисля, че да, но отговорът гонякъде зависи от състоянието на икономиката и на депозитната база. Тя напоследък расте и това е добър признак за възможността на банките наред с пенсионните фондове да купят още български държавен дълг. Ако продължаваме да сме в криза, в която финансовите институции се въздържат да кредитират, това също ще облекчи рефинансирането на дълга, тъй като свободната ликвидност, която те ще насочат към реалната икономика, ще е по-голяма. Не трябва да забравяме, че вече немалка част от облигациите, които имат надеж и трябва да се платят, се държат от български финансови институции. Те са още една естествена инвестиционна база, защото вероятно

биха се чудили какво да правят с парите си, ако не ги реинвестират в държавни ценни книжа.

- Но това са частни гружества, те търсят печалба и никой не може да ги загължи да го направят...

- Точно така е. Важно е да се предложат условия, които ще са привлекателни за тях и за българските ганькоплатци.

- Изпуснат ли е моментът да се емитира външен дълг през световните капиталови пазари, като се потърси „прозорец“, в който цената ще е по-добра?

- Не е изпуснат. При желание и добра организация спокойно може да се проведе преди лятната пауза. А и условията за пласиране на дълг през тази година рязко се подобриха. Ако България се е забавила, засега това е само от полза за страната.

- Смятате ли, че ще го иде по-добро или най-подходящо време за емитиране на дълг?

- Тези условия никой не може да ги предскаже. Може да се подобряват, но може и да се влошат.

- На макрониво изглежда, че има стабилизация, но на макрониво са и ниските доходи, и свитото потребление, и ограниченото кредитиране. Кога ще настъпи промяна за бизнеса и домакинствата?

- Ако бяхме голяма икономика, която е сравнително изолирана от света, можехме да разчитаме на собствени сили, за да тръгне растежът. В нашия случай обаче икономическата ни съдба много зависи от оживлението в Европа, фактор

Икономиката ще тръгне нагоре, когато излезем от ролята на тв зрители, които чакат добрата вест, и когато на икономическата сцена повече хора станат актьори и режисьори

са големите ни търговско-икономически партньори на Стария континент, а дори и околните страни като Турция имат голямо значение. Ще е добре, ако потреблението у нас започне да расте, но решителната крачка за възвръщането на



икономиката ще бъде направена от Европа.

- Тогава ли банките ще излязат от сегашното положение да приличат повече на трезори за спестявания и ще започнат по-активно да кредитират?

- Банките имат нужда да стабилизируют балансите си след щетите, които понесоха в кризата. Този процес вече е в ход, лошите кредити се компенсират благодарение и на паричната политика в ЕС. За да започнат да кредитират с по-високи темпове, те трябва да виждат предстояща перспектива в икономиката. Опираме го въпрос, подобен на този за кокошката и яйцето. Не съм сигурен обаче, че ще е добре да се върнем към темповете на кредитиране преди кризата. Тогава имаше залитане към крайности. Този урок обаче се учи и се забравя.

- Случва ли ви се при по-сложни ситуации в гържавата отново да гледате през очите на финансов министър?

- Сега ситуацията е по-различна от периода, в който аз бях финансов министър. Давам си сметка, че може би не съм достатъчно добре запознат, за да мисля, че мога да взема по-правилно решение.

- Има ли подходящо време за промяна на данъците? Виждате ли възможност за намаляване на ДДС?

- Не виждам нищо лошо в намаляването на данъците, когато има възможност за това. Такива предупреждения, че гържавата не може да си позволи намаляване на данъците, ги слушахме доста през последните десет години. Но се оказва, че бюджетът може да се адаптира. За мен по-актуален е въпросът дали ДДС е най-належащото намаление на данъците. Аз бих гледал с предимство към намалението на социалните осигуровки, ГЕРБ гоиде на власт с такива обещания. Ако приходите в бюджета стигат за по-нисък ДДС, трябва да са достатъчни и за намаляване на осигуровките.

- Какво не успяхте да направите през мандата на НДСВ?

- Много ни се искаше Intel да

инвестира в България, както и някой голям автомобилен концерн да отвори завод у нас.

- Готови ли сте отново да скочите в обувките на политика Велчев?

- Приключих с този етап от живота си, сега съм изцяло фокусиран върху бизнеса.

- Но имате ангажимент към НДСВ?

- Не мога да загърбя това, през което преминах с колегите от НДСВ. С тях продължаваме да споделяме едни и същи ценности, които смятам, че са добри за страната.

- А как гледате на ценностите, които Меглена Кунева споделя, тя организира екипи около себе си с тенденция за политически старт или рестарт?

- Не намирам разлика между ценностите, изповядвани от Меглена Кунева, и тези - от НДСВ. А ако искате да ме тласнете в посока изразяване на предпочитания към един или друг политически проект, няма да стане.

- През 2003 г. бяхте обявен за глобален лидер на утрешния ген. Чувствате ли, че...

- ...утрешният ген е дошъл ли? Но какво значи да си глобален лидер на днешния ген? Утрешният ген винаги носи перспектива. Надявам се, че съм оправдал надеждите, ако те са се заключавали в постигане на най-ниски преки данъци в ЕС. Важното е човек непрекъснато да си поставя нови цели и да ги преследва.

- Сега какви цели сте си поставили? Например с позицията във ВТБ?

- Проектът със стъпването на Внешторгбанк в Югоизточна Европа е твърде амбициозен и се надявам не след дълго ВТБ да е първото име, което да идва на ум, когато трябва да се организира финансиране за някой достатъчно голям проект.

- Ще развиете ли банкиране на гребно?

- Засега няма такива планове, но след години развитието на

банковия сектор в България може да доведе, но може и да не доведе до такава стъпка.

- В тези планове влиза ли победата на „Левски“ над отбора, на който, разбра се, вие сте привърженик?

- Надявам се, че не за сметка на ЦСКА. Ще викам за „Левски“, когато играе в Шампионската лига или Лига Европа, но не и във вътрешното

първенство срещу ЦСКА.

- А срещу „Динамо“ (Москва), който също е под опеката на ВТБ?

- Ще решаваме проблема, като опрем го него.

- Защо се насочихте към спонсорски договор с футболен клуб?

- ВТБ има практика да спонсорира благотворителни каузи и в областта на изкуството, на спорта и в други сфери. Логиката е същата, която води големите компании в т. нар. корпоративна социална отговорност. Централата на банката прецени, че спортът в България заслужава нашата подкрепа и именно „Левски“ може би като най-популярният отбор в най-популярния спорт е най-правилния избор за банката.


- Да чакаме ли скоро и някой културен проект да бъде забелязан?

- Засега няма конкретни планове.

- Какви са вашите „нищо човешко не ми е чуждо“ извън инвестиционната дейност?

- Семейството винаги има предимство за мен, и то в повечето случаи пред работата. Но в малкото време, което остава извън семейството и работата, обръщам внимание, както на ВТБ, на спорта и изкуството. Баскетболът и ските са ми отдавнашна страст. Тенисът също, но се надявам да напредна повече.

- Къде можем да ви видим да играете баскетбол?

- В седем сутринта, ако ставате толкова рано, може да ме видите в някоя от залите в София. 

От нашите клиенти зависи къде те виждат възможности за инвестиции



ДА ПОГОВОРИМ СПОКОЙНО В БЪДЕЩЕ ВРЕМЕ



София 1113, ул. "Тинтява" 13 Б

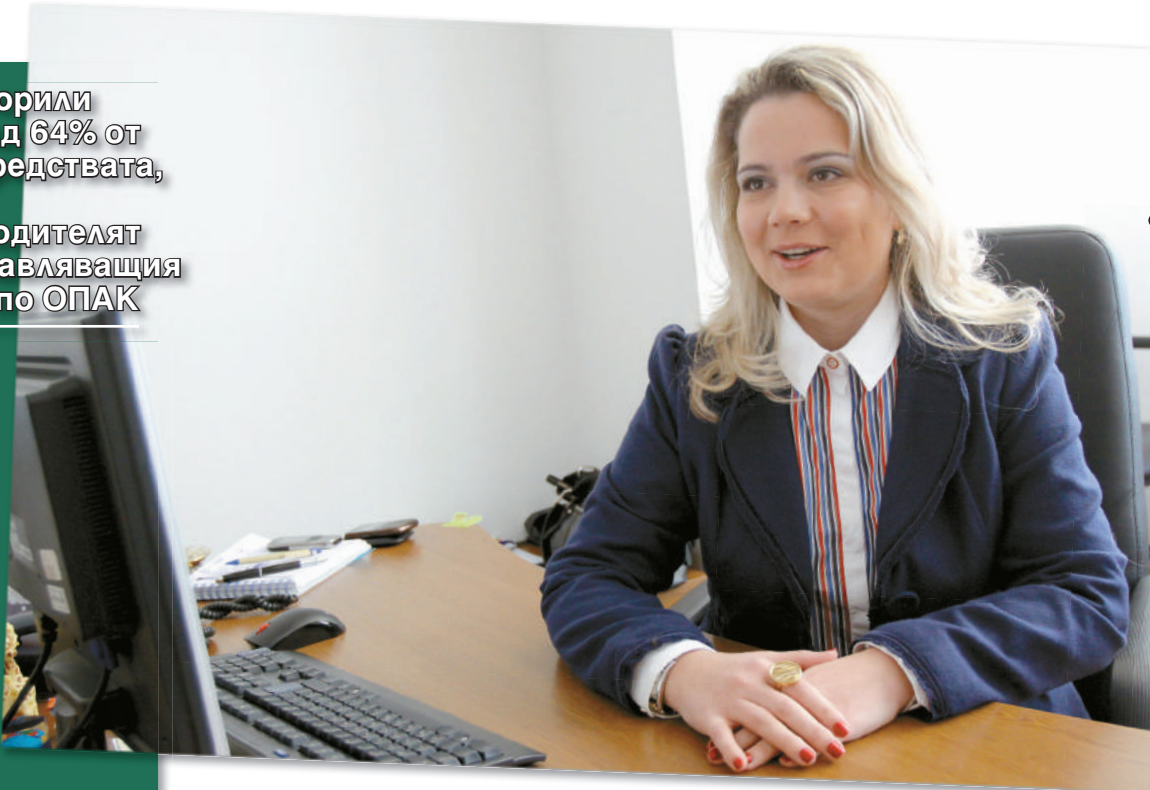
тел: 0 700 13 400

(На цената на един селищен разговор от цялата страна)

www.poc-doverie.bg

Моника Димитрова: Администрацията е ОТЛИЧНИК В УСВОЯВАНЕТО

Договорили сме над 64% от евросредствата, казва ръководителят на управляващия орган по ОПАК



© АНТОН ЧАЛЪКОВ

МАРТИН ЛЕКОВ

Програмният период за усвояване на парите от Европа вече е към края си. На фона на повечето оперативни програми, функциониращи у нас, ОП „Административен капацитет“ може да се похвали с добри темпове на изпълнение. Как да се подобри комуникацията между управляващите органи и бенефициентите? Как върви реализацията на проектите за електронно правителство? Какви средства ще бъдат заложили в следващия програмен период? По тези въпроси потърсихме мнението на ръководителя на управляващия орган на Оперативна програма „Административен капацитет“ Моника Димитрова.

- Г-жо Димитрова, как върви изпълнението на Оперативна програма „Административен капацитет“? Каква част от предоставените 180 млн. евро по програмата са усвоени?

- Бюджетът по ОПАК е около 180 млн. евро, или 360 млн. лева. Към момента изпълнението на програмата върви сравнително успешно. Това е благодарение на силната втора половина на 2011 година и ударното начало на 2012 година. Напредъкът има цифрово изражение, а именно процентът на договорените средства по програмата е над 64%, което е повече от половината от общия бюджет. Този процент скоро ще се увеличи, след като отчетем какво сме свършили през март. По отношение на изплатените средства също се нареждаме сред „отличниците“ по оперативните програми с над 30%, като през април-май очакваме процентът да нарасне съществено.

- Какви са актуалните процедури към момента, по които може да се кандидатства?

- Индикативната годишна работна програма (ИГРП) на ОПАК за 2012 г. съдържа 9 процедури за 43 млн. лв. Когато планирахме процедурите за настоящата година, го направихме с идеята да обявим възможно най-голям брой такива до края на март, за да преценим какви са потребностите на бенефициентите ни и да имаме възможност да актуализираме ИГРП за 2012. Към момента има четири отворени процедури по различни подприоритети, по които могат да се подават проектни предложения. Целта ни беше да покрием по-голямата част от целевите групи по програмата – администрации на централно и местно ниво и организациите на съдебната власт. Отворили сме процедура по подприоритет 1.1 за общините. Нейната цел е оптимизация на съответните

структури с оглед избягване на двойно финансиране и по-голяма ефективност. Бюджетът за тази процедура е 5 млн. евро. Открита е и друга процедура за 7 млн. лева в сферата на електронното управление. Тя е по подприоритет 3.2 и е насочена към централните администрации, с оглед изграждане на информационно-комуникационна среда и оперативна съвместимост, като нейната цел е предоставяне на по-качествени услуги за бизнеса и гражданите. Има една процедура по подприоритет 1.5 на стойност 3 млн. лева, насочена към съдилищата. Последната актуална процедура е по подприоритет 3.3 и е предназначена за Висшия съдебен съвет и Министерството на правосъдието. Бюджетът, предвиден за нея, е 3 млн. лева. Разбира се, до средата на 2012 г. ще актуализираме годишната индикативна програма, за да можем да договорим излишъците по програмата. Идеята ни е с много усилия и воля да договорим приоритетна ос 2 (управление на човешките ресурси) и да наддоговорим приоритетните ос 1 (управлението на администрацията) и 3 (въвеждането на електронното управление). Мисля, че целите, които сме си поставили за тази година, са съвсем реалистични и постижими.

- ОПАК е един от инструментите за въвеждане на т.нар. електронно правителство. Какво можем да очакваме в тази посока през 2012 г.?

- Оперативната програма е един от финансовите инструменти, чрез които следва да се изпълняват политики в дадена област и постигат цели, а в конкретния случай за реализиране на електронно управление във вида, в който ние всички бихме искали да го видим и усетим, а именно предоставянето на по-качествени и бързи услуги от страна на администрацията, с която ежедневно имаме комуникация. В тази връзка оперативната програма се движи на няколко плоскости. Един от конкретните ни бенефициенти е Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията (МТИТС), което е един от основните фактори по отношение на въвеждането на електронното управление в България. Тоест, оперативната програма подпомага, като предоставя финансов ресурс, но самото изпълнение на електронното управление се ре-

лизира от транспортното министерство. МТИТС има сключени три договора по ОПАК. Единият е за 18 млн. евро, като той е най-мощният ни проект. Имаме и друг, който е за 12 млн. евро. Съществува и един по-мъничък, който е в рамките на 3 млн. евро. Този, който е за 18 млн., вече се намира в напреднала фаза, като очаквам до края на този месец да приключи оценката на офертите по обявената обществена поръчка, което ще позволи да се пристъпи към сключването на договори със съответните изпълнители и реално да започне изпълнение на дейностите по проекта. В рамките на този проект основното, което се предвижда, е промяна на нормативната уредба. Освен това трябва да бъдат въведени 100 електронни услуги на ниво централна администрация, както и да бъде осигурена обща информационно комуникационна среда, така че отделните администрации да бъдат в състояние да комуникират помежду си в синхрон. Втората плоскост е по отношение подприоритет 3.1 на ОПАК. До момента имаме сключени около 50 договора в рамките на този подприоритет, където можем да финансираме изграждането на системите и въвеждането на електронните услуги в различните администрации. Последните договори, които сключихме, са насочени към по-дисциплинирано отношение и контрол на средствата при повишаване на приходите в система, а именно подпомагане на т.нар. приходни администрации за подобряване на техните услуги. Давам пример - имаме два сключени договора с Агенция „Митници“. Единият от проектите е насочен към въвеждането на електронна връзка между кантарите, които се намират по граничните пунктове, и централата. По този начин ще бъде изградена връзка в реално време, която ще позволява проследяване дали това, което се декларира като обем товар, е реално заплатено. Отделно в Националната агенция по приходите целта на проектите е повишаване на дисциплината по отношение на плащането на данъци, събиране на приходи и реализирането на по-качествени услуги за гражданите и бизнеса. Наред с това сключихме договори с Агенцията по хазарта, като и там насоката е същата – опростяване на режима по издаване на разрешителни. Идеята е от хартия да

преминем към електронни услуги.

- До края на настоящия програмнен период остават по-малко от 2 години. Как ще активизирате потенциалните бенефициенти да кандидатстват с проекти по ОПАК? Всъщност какви са основните пречки пред тях в процеса по кандидатстване за средства от програмата?

- Не сме спирани да работим в тази посока, като аз лично се ангажирам с периода от началото на 2011 година, когато ми бе дадена възможност да поема Оперативната програма. Аз и екипът на програмата вярваме, че комуникацията и партньорството с нашите бенефициенти е ключов момент в изпълнението на програмата. Актуализирахме ръководството за бенефициенти по ОПАК, което показва стъпка по стъпка как да се кандидатства и след това как се изпълнява даден проект. За всяка открита процедура организираме информационна кампания, където запознаваме потенциалните



бенефициенти как да подготвят качествени проекти, включително и как да избягват грешките, които биха могли да допуснат при кандидатстване. Правим обучения след сключване на договорите, където предоставяме информация как да се изпълняват проектите. Сега предстои подобна национална кампания, която ще се проведе между 2 и 12 април. На 2-ри стартираме в София, на 6-и ще бъдем в Пловдив, а в периода 9 – 12 април ще бъдем съответно в градовете Бургас, Варна, Габрово и Враца. Ще предоставим информация по процедура по приоритет 1.5., целяща подобряване на прозрачността в съдилищата, и ще разясняваме как успешно да кандидатстват представителите на съдебната власт по ОПАК.

- Какви ще бъдат предизвикателствата за ОПАК през настоящата 2012 година?

- Всеки ден ни изправя пред различен тип предизвикателства с оглед обема и отговорността, която всеки един от екипа поема.

Финансовата дисциплина е изключително важен елемент, на който се държи тук, в управляващия орган. С подкрепата на вицепремиера и министър на финансите Симеон Дянков тя бе заложена като основа за правилната, качествена и успешна работа на управляващия орган на тази оперативна програма. По отношение на изпълнението на ОПАК, както подчертах и преди това, ние се движим много добре с реализирането на приоритетни оси 1 и 3. В момента текаат дискусии по отношение бързината и възможностите за реализиране на приоритетна ос 2, а именно квалификацията и обучението на служители на централно и местно ниво. Целта ни е да се обучат и квалифицират максимален брой служители, както от централната и местната администрация, така и от органите на съдебната власт. Работим усилено с Института по публична администрация, с Националното сдружение на общините, Националния институт на правосъдието това да се

случи.

- Стартирали ли сте вече процеса на програмиране за новия програмен период 2014 г. – 2020 г.? Какво планирате?

- Тази година е госта предизвикателна и изключително важна за всички оперативни програми, и ОПАК не прави изключение. В момента се работи по модела, вида и броя на оперативните програми. До няколко седмици ще има решение на Министерския съвет, което ще покаже вида и броя на оперативните програми, както и отговорните за тяхното управление институции. Тенденцията на европейско ниво е да се дава предимство на работещите системи и структури, тези които носят реален резултат и този резултат може да се покаже. Съгласно проекта регламентите за следващия програмен период, касаещи фондовете на ЕС, има предвидени тематични цели, които са точно във фокуса на ОПАК, а именно укрепване на административния капацитет на институциите и усъвършенстване на електронното управление. Успешната тенденция е Оперативна програма „Административен капацитет“ да продължи да се надгражда, като предстои да се изработи стратегията за изпълнението на програмата през следващия програмен период. В тази връзка ние работим успешно и в синхрон със Съвета за административна реформа и Съвета за електронно управление. Разбира се, в тази стратегия трябва реално да се зложат индикатори, количествени и качествени, за изпълнението на програмата. Има бюджет, който е предвиден на ниво Европейска комисия, за европейските фондове, като предстои да бъде одобрен, като немалка част от този бюджет е насочен към Европейския социален фонд, където основно се позиционира нашата оперативна програма. Предвиждат се и други възможности - така нар. многофондови програми, което значи оперативните програми да могат да използват повече от един фонд, което би било от полза за поливалентни програми, каквато би следвало да бъде новата програма за подобряване на капацитета на институциите в България. Тази възможност би следвало да не се изключва и за ОПАК, тъй като чрез нея се изпълняват ключови политики.



Повече електронни услуги за фирми и граждани ще осигурява администрацията

Гаранционен фонд за фермери

Приключват преговорите с Европейската комисия за създаване на гаранционен фонд към Програмата за развитие на селските райони, който да обезпечи кредити за около 1,3 млрд. лв. Фондът ще издава гаранции за допълване на обезпечението по заеми, както и за авансови плащания на предприятията, които имат одобрени проекти по ПРСР. Очаква се той да заработи от средата на тази година. Предстоят разговори с банките - партньори, които ще отпускат заеми на фермерите. Кредитните институции ще бъдат избирани с процедура за обществена поръчка, чийто възложител ще е Националният гаранционен фонд към Българската банка за развитие.



Агро

препятствия

Най-слабо се усвояват средствата за екоземеделие и част от тях може да остане неизползвана

ПЕТЯ СТОЯНОВА

От 2007 г. до края на 2011 г. до селските общини в България са достигнали 1,224 млрд. евро. От тях 1,019 млрд. евро са безвъзмездни средства от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони и над 205 млн. евро от националното съфинансиране. Договорени са субсидии в размер на 1,705 млрд. евро по програмата, което е близо 59% от общия бюджет. Само през декември Държавен фонд „Земеделие“ (ДФЗ) разплати 102-103 млн. евро, показва отчетът на дейността за миналата година.

До края на 2013 г. бизнесът и общините трябва да успеят в максимална степен да усвоят бюджета от Програмата за развитие на селските райони (ПРСР), който възлиза на общо 3,2 млрд. евро европейско и национално финансиране. „До февруари тази година са договорени над половината от този бюджет, или

1,7 млрд. евро, отчита зам.министър на земеделието и храните Светлана Боянова. - България доказва, че може да се справя с усвояването на средствата от първия стълб (т. нар. директни плащания) на европейската селскостопанска политика с почти 98% от субсидиите за миналата година. Въпросът е как ще бъдат оползотворени субсидиите по ПРСР, където по четири от мерките изцяло липсва интерес.“

Последни в агроекологията

България е на последно място от страните в ЕС по усвояване на парите за биоземеделие и екозоните НАТУРА. Причината е, че гържавата не се възползва от възможностите да изпълнява проекти за агроекология от ПРСР и е много вероятно да загуби част от предварително предвидения финансов ресурс. От 255 млн. евро, предоставени от ЕС на България за биоземеделие и НАТУРА, до момента са договорени

едва 6,12%, а са изплатени 5,86% (14 млн. евро).

Въпреки облекченията за кандигатстване по агроекологичните плащания, въведени от 2011 г., в земеделското министерство не очакват до края на следващата година да бъдат усвоени повече от 15% от заложените 400 млн. евро. С последните две изменения на програмата България предложи преразпределение на бюджета, така че част от неизползваните средства да се насочат към инвестиционни дейности с повишен интерес. При последното седмо изменение на ПРСР, чието одобрение от Брюксел е планирано за есента, се очаква да бъдат прехвърлени 304 млн. евро. Парите ще се използват за подпомагане на млади фермери, за модернизация на краевферми от 2-ра и 3-та категория, както и за една от общинските мерки.

„В сметките на земеделските стопани и производители по първи стълб (директни плащания и агроекология) през миналата година

Мария Неделчева,
депутат в Комисията по
земеделие и развитие на
селските райони в ЕП:



Задължителният елемент за зелени дейности е твърде висок

Въпросът, свързан с „позеленяване“ на общата селскостопанска политика, е много сложен, а на този етап нямаме още кой знае каква конкретика. Знаем тенденцията за 30-процентно обвързване на директните плащания с мерки за опазване на околната среда. Смятам, че за България, а оказва се и за много други страни, въвеждането на такъв задължителен елемент за зелени дейности е твърде висок и не всички ще изпълнят изискванията. До момента са предложени три критерия, които да отговарят на мерките за опазване на околната среда, но те в никакъв случай не обхващат разнообразието на районите и затова вече са обект на критика. Критериите включват ротация на културите, опазване на природната среда, запазване на зелени площи и 7% угар. Много интересен е въпросът как са изчислени тези 7% угар и обхващат ли те наистина реалностите в различните страни?


Другият сериозен въпрос е свързан със санкциите за неизпълнение на мерките за опазване на околната среда. Според мен не трябва да се стига до ситуация, в която санкциите да са по-големи от средствата, отделени за плащания. До нас достигна и друга много по-обезпокоителна информация, че за прилагането на новата схема за директните плащания ще има 15% допълнителни разходи за администрация, което е абсолютно недопустимо. Говорим за опростяване на процеса, защото знаем, че и сега проблемите на българските земеделци са утежнените административни процедури, както и забавените плащания. Ако новата политика не се справи с това предизвикателство, ще останат разочаровани много от земеделците не само в България, но и в Европа.

имаме разплатени близо 931,17 млн. лв.”, съобщи Васил Грудев, зам. изпълнителен директор на ДФЗ. По думите му агроекологичната мярка е алиби за Европейската комисия, така че да се поддържат високи нивата на подпомагане в агроректора.

Препъникамъни

„Мярка 214 по ПРСР за агроекологични плащания започна изключително зле в България. Едва през миналата година успяхме да се отделим от гъното на усвояване на средства по тази мярка. Над 20 млн. лв. вече са разплатени по нея”, обяснява Васил Грудев. Проблемът е, че парите от агроекологичната мярка не могат да се прехвърлят към други пера на програмата, освен за закупуване на специализирана техника за биоземеделие като трактори, които при оран не нарушават хумуса на почвата. Въпреки тези ограничения експертите на фонда се надяват, че всяко модерно стопанство в страната няма да има трудности с изпълнението на компонентите от т. нар. позеленяване, предвидено в новата селскостопанска политика на общността.

Сред главните причини за

бавното усвояване на средствата за агроекологични проекти е значителното разминаване между заявките на земеделците и администрацията. „Допреди две години чиновниците сами спъваха програмата. Когато кандидатствахме, всеки земеделец трябваше да заяви какви растения ще отглежда. Избирахме между трайни насаждения, етеричномаслени и медуцински култури. Посочихме, че розите са етеричномаслени, но чиновниците ни оряха субсидиите с аргумент, че сме некоректни, понеже според тях са трайни насаждения”, разказва земеделец от Карловско. „Има парадоксални случаи, при които на картите на агроминистерството излиза, че фермерът не е обработвал земята. Това е невъзможно, защото при биоземеделieto земята се сертифицира не само че е обработвана, а е изчислена и от химикали”, коментира Борислав Сангов от Асоциация „Биопродукти”. Неговият съвет към биофермерите е да ползват петгодишния си сертификат, вместо всяка година да очертават нивите. Според Сангов биофермерите у нас са твърде малко, за да ползват цялата сума, която страната ни е поискала от ЕС още през 2007 г. 

Кризата е като тунел - от едната му страна е влязло едно животно, но след метаморфозата от отсрещния му край ще излезе нещо друго



Груба грешка ще е ДДС да се намали, преди българската икономика да има 4% растеж

Емил Хърсев
финансист:

Депресията ще продължи

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

- Господин Хърсев, в каква фаза на кризата сме?

- Намираме се в депресия. Тя ще продължи поне още две години. Вероятно ще има бавно и колебливо нарастване на икономиката в рамките на 2% годишно. Ще е така, докато световната икономика не се възстанови. Очевидно е, че не падаме.

- Кои са очевидностите?

- Очевидно е, че икономиката има 1.7% растеж. Това показва статистиката при предварителните си изследвания, което означава, че нарастването може да е в рамките на над 2%.

- Министри продължават да си отиват. Във възможностите ли

е на един или друг министър да...

- Министрите не създават брутен вътрешен продукт. Тяхното идване и отиване не влияе пряко на икономиката, а с политиката, която провеждат, косвено въздействат върху пазарите и върху фирмите. Малка част от компаниите имат министър за принципал, но те все повече намаляват.

- Финансовият министър Дянков заяви намерение за намаляване на ДДС. Как такава промяна би повлияла върху икономиката?

- Не мисля, че е намерение. Това е светла мечта и е хубаво да имаме подобни стремежи за по-добро бъдеще. Намерение означава да има законопроект, одобрен от Министерския съвет и внесен в парламента. Да, хубаво е да се

намали. Само че гържава, която има своите предстоящи плащания, която има бюджетен дефицит, която има и фискален резерв, но вече минимален, която сериозно се замисля за емисия на облигационен заем на световните пазари, тази гържава да намали ДДС, според мен би било груба грешка. Трябва да се създаде реална икономическа възможност това да стане и моето изчисление показва, че е нужно да има поне 4% ръст на икономиката.

- Да разбирате ли, че в този мандат на кабинета намаляването на ДДС ще остане по-скоро едно добро пожелание?

- Бих се радвал, ако през този мандат то стане поради растеж на икономиката. В сегашната деп-

ресивна картина не виждам как ще се случи. Но още утре може да светне слънце, да гойдат много

поръчки и да потекат преки инвестиции. Тогава може да стигнем нужните 4% растеж и да помислим за редуциране на ДДС.

- А ако това слънце не изгрее, какво да се прави с плащанията по дълга в началото на следващата година?

- Разходите са планирани, знае се какви са плащанията, ясно е, че този дълг трябва да се рефинансира. Има вътрешно търсене на държавни ценни книжа, което въпреки е незадоволено. Все още търсенето на всички емисии ДЦК е по-голямо от предлагането. Министертвото на финансите ловко държи предлагането по-ниско от търсенето, за да постигне по-добри ценови условия, т. е. по-ниски разходи и издръжка на държавния дълг.

- При стопяващия се фискален резерв погледите се насочиха

Законодателната рамка на Сребърния фонд ни натиква в схемата „болен здрав носи“

към Сребърния фонд. Според вас как да се управляват тези пари?

- Едни и същи въпроси се задават

от десетки хора и никъде не се получава дискусия. Ако погледнем внимателно структурата, наречена Сребърен фонд, няма как да не забележим факта, че по закон е забранено тя да се управлява ефективно. Такова е отношението и към други държавни средства. Законодателната рамка ни натиква в схемата „болен здрав носи“. Ако задам въпроса трябва ли парите от Сребърния фонд да се подарят, за да финансират германската икономика при нулеви лихви за нас, вероятно никога не би се съгласил да ги дадем даром. А ние го правим, откакто Сребърният фонд е създаден. Сребърният фонд трябва да се управлява като фонд, а това става по определени начини, които финансовата наука е разработила. Двама са Нобеловите лауреати за достижения в т. нар. Теория за селекция на

портфейлния състав. Има строг ред, по който се избират целите и политиката на един финансов фонд. Става въпрос за избор на предела на риск, за желаното ниво на сигурност и оттам насетне започва да се гради портфейлът. Определя се колко процента от него ще са в касова наличност и незабавна ликвидност, каква ще е първичната ликвидност, прави се диверсификация по отрасли и инструменти. Изгражда се структура, започва избор на конкретни инструменти, а те са твърде много на пазара. При избора на валутата се определя дали ще има диверсификация „евро-долар-йена“. Но трябва да се постави ясна задача и после всичко да се пресмята. Както се изчислява устойчивостта на една сграда, така се изчислява и един финансов фонд. Тогава задължително една част от него, а това са средствата за т. нар. вторична ликвидност на инвестиционния фонд, се влага в ДЦК с достатъчно висок рейтинг. Те трябва да отговарят на условията за инвестиции и да

имат ликвиден пазар, за да може бързо и евтино да се обърнат в пари. Една част така или иначе ще е в ДЦК, каква и колко – се пресмята.

- Опонентите казват,

че парите от фонда, вложени в ДЦК, отиват в бюджета.

- Това е вторично разсъждение, което няма нищо общо със Сребърния фонд. Да, бюджетът е емитент на ДЦК, той следва своята емисионна политика. Всеки фонд – сребърен, златен, бронзов, турски или американски, си търси ценните книжа, за да се напълни, следвайки своята инвестиционна структура. На пазара се срещат търсенето на всякакви сребърни или златни фондове и предлагането на Министерството на финансите и там се формира цена. Въпросът не може да се разделя

ПОНЕ ОЩЕ ДВЕ ГОДИНИ

Сега процъфтява бизнесът на търговците на страх, те плашат и печелят от това



като вземане на средства от един фонд и пхането им в бюджета, или интегрирането му в рамките на бюджетната програма.

- Но разговорът за Сребърния фонд се води на това ниво...

- На това ниво е и управлението му досега. Абсолютно невежество в областта на финансите! Зная, че някои от колегите, водещи тези дебати, не са чак толкова невежи, затова ги подозирам в политическо лицемерие. Но когато заради политическите си позиции един икономист започне да се подиграва с професията, не свършва добре. Убеден съм в това.

- Именити икономисти, а дори и Нобелови лауреати не можаха да посочат бързия път към излизане от кризата. Вашето обяснение?

- Депресията е задължителен и необходим етап във всяка криза.

- Вие отгадна твърдите, че този етап е неизбежен.

- Да, но първо ми обясняваха, че нищо не разбирам, че това било марксизъм, а съвременната икономика нямала типични кризи, нямало депресии, че кризите били V-образни, че били L-образни... Няма нищо такова. Има класическа депресия на втората ѝ година – опрели сме гъното, малко нагоре връщаме и лежим там вече две години. И не само ние, а целият свят. Ама щяло нова рецесия да има... Това е пълен абсурд. Никое падане не свършва, докато не удариш земята, където вече не може да се пада. Хипотезата, че ще има нова рецесия, означава, че съм паднал от третия етаж и както си лежа на земята, тя изведнъж да се срути и да пропадна. Това са измишльотини, без връзка с реалната икономика и със здравия разум. И то не само българи го твърдят, тук трябва да се различи вредната група на търговците на страх. Не бива да се забравя, че има хора, които продават хеджфондове, те търгуват със страха на останалите и ги хеджират срещу рискове. Казват: „Много е рисково в България, страшно е, бордът ще се срути, ще има нова рецесия.” И затова се плащат премии, та ако нещо стане, да си намалим загубите.

Вложенията ще се насочат към онези сектори, които ще се възстановят най-бързо от депресията и ще тръгнат нагоре

Такава загуба няма, но търговецът на страх плаши и печели от това.

- Кога инвеститорите ще преодолеят страха и отново ще видят възможности в България?

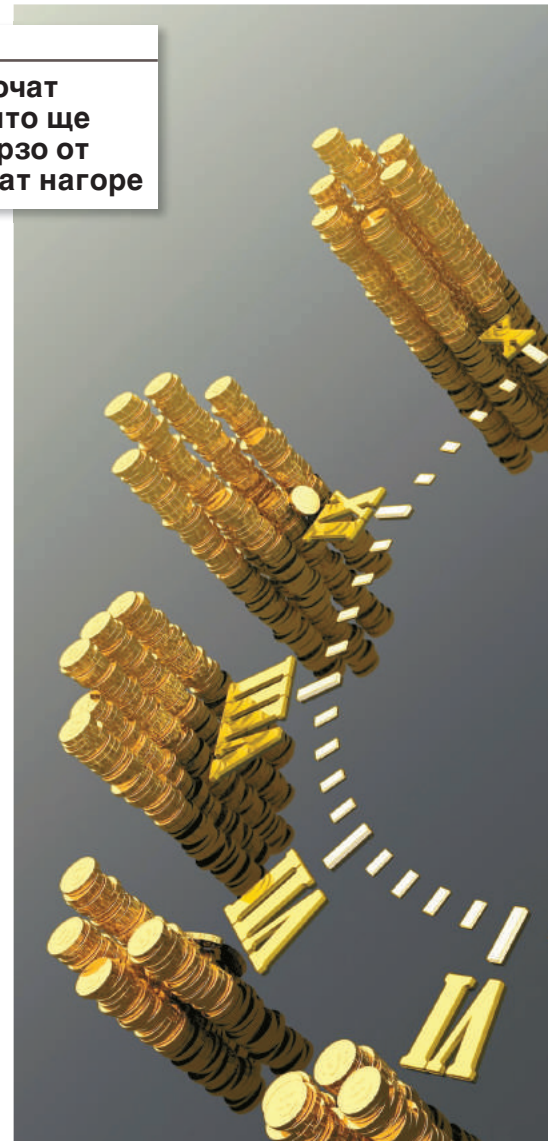
- Ще преодолеят страха, когато видят възможностите, т. е. когато лакомията им стане повече от страха. Това са двата фактора, които движат пазарите, и въпросът е кое е повече: гали са по-лакоми, или са по-страхливи. Сега са по-страхливи. Но в един момент ще им се прииска „лапкане” и ще хукнат.

- В коя ниша ще е следващото „лапкане”?

- Недвижимите имоти са класически сегмент, в който се концентрират вложенията при всеки възходящ пазар, тъй като се очаква да стават все по-скъпи. А кои ще са другите сектори, зависи кои ще се възстановят най-бързо от депресията и ще тръгнат нагоре. Класическият пазарен инвеститор, когото наричаме спекулант, седи на борсата и където види възходящ бърз тренд, там инвестира, и там е мястото, където се надува новият балон. Може и към космически технологии да се насочат, но всичко това е въпрос на гадание. Не можем да си пред-

ставим структурата на света след депресията, тъй като тя е в период на преструктуриране. Представете си тунел, от едната страна е влязло едно животно, но от другият край ще излезе друго. Това е метаморфоза.

Влязла е гъсеница, а ще излети пеперуда и въпросът е дали ще е синя, или червена. Не знаем! Хипотезата, че с каквато структура и форма е влязло, ще излезе със същата, не е вярна. Никой не може да разпореди това преструктуриране, тъй като има милиони гребни играчи, всеки гърпа



към себе си чергата, но всеки е различно ефективен. Има субституция между различните стоки и не е ясно как ще се заменят след

Сега парите се въртят във финансовата сфера, те седят в плазмено състояние, без въобще да проникват в реалната икономика

кризата, ще има ли водородно гориво, какво ще се случи в енергетиката... Икономическото прогнозиране е много добро, включително на структури и структурни съотношения, но само когато се върви по права линия. Има ли завой, икономическото прогнозиране е абсолютно безпомощно. То нито може да прогнозира кога идва завоят, нито колко ще е остър, нито каква ще е посоката след него.

- Какво ще отговорите на онези, които все още питат къде изчезнаха парите?



повече финансов ресурс разполагате, толкова по-добри възможности може да намерите при разлагането на губещите бизнеси, така и когато настъпи фазата на подем. По време на депресия се получават изключителни възможности. Тогава падат цени, на безценица се разпродават активи на фалиращи предприятия. Но трябва да има налична ликвидност. В този период обаче всеки трябва да е много внимателен, тъй като е на крачка и от голямата сделка, и от страшния провал.

- Къде на финансовите пазари виждате интересни ниши?

- Има депозити, кредитирането не е спирало, макар и вече да е много забавено. Преди кризата зонеха хората срещу лична карта да им дават заеми, а сега ходят да си търсят парите. Банките ще включат загубите в лихвите на следващите кредитополучатели. Не е честно, но така функционира

тази система. У нас обаче все още капиталът има позитивна цена, защото на много места по света в тази ситуация капиталът е с отрицателна стойност. Трябва да гадеш такса на банката, за да си

държиш парите в нея. В Япония, а и не само там, лихвите по депозитите са отрицателни. По ДЦК лихвите също може да са отрицателни и особено по европейските са се случвали такива периоди. До момента в България не е имало подобен прецедент. Трябва обаче да уточним, че в Япония лихвата номинално е отрицателна, но тъй като йената поскъпва и смятана през евро или долар, реално тя е положителна.

- От всичко готук излиза, че слуховете за смъртта на българската икономика са силно преувеличени?

- Преувеличени са, разбира се. Но несигурност има при всяка депресия. Страхът преобладава. Нормално е да има свито производство и свито потребление.

В ситуация на депресия има изключителни възможности за печеливши инвестиции, но има и огромна опасност от провал

- Питат онези, които си представят парите като две торби жито и след като е имало две торби, те са винаги две торби. Парите се променят – това е основен принцип на финансите. Те се трансформират в различен вид вложения. Факт е, че в момента няма търсене на вложения с по-висок риск и вложения в реалната икономика. Има търсене на финансови активи, които са с по-висока сигурност, по-нисък риск и по-висока ликвидност. Поради тази причина лихвите по депозитите са толкова ниски. Това са същите пари, паричната маса дори непрекъснато се увеличава, тъй като и в еврозоната, и в САЩ са пуснали печатарката. Но те не се насочват към онези отрасли, където се сади пипер например, а се въртят във финансовата сфера, седят в плазмено състояние, без въобще да проникват в реалната икономи-

ката. Лихвите по депозитите са ниски, защото има много пари, а вложения липсват. Като се засуши, също питаме къде изчезна водата. Водата е в облаците и тя ще падне, когато се създадат условия за това. Парите не изчезват, но те не се изливат в икономиката, докато тя не се реструктурира, не се освободи от губещите бизнеси и не стане по-ефективна. Всичко, което е губило, трябва да фалира, и онова, което може да печели - да си заеме пазарната ниша. Този процес е бавен, мъчителен, неприятен и съпроводен с купичка лъжи.

- Като финансист в какво съветвате да се инвестира?

- Само в нещо, което човек знае къде може да го продаде, и да е сигурен, че ще спечели. В ситуация на депресия с колкото

КОЛКО НИСКИ

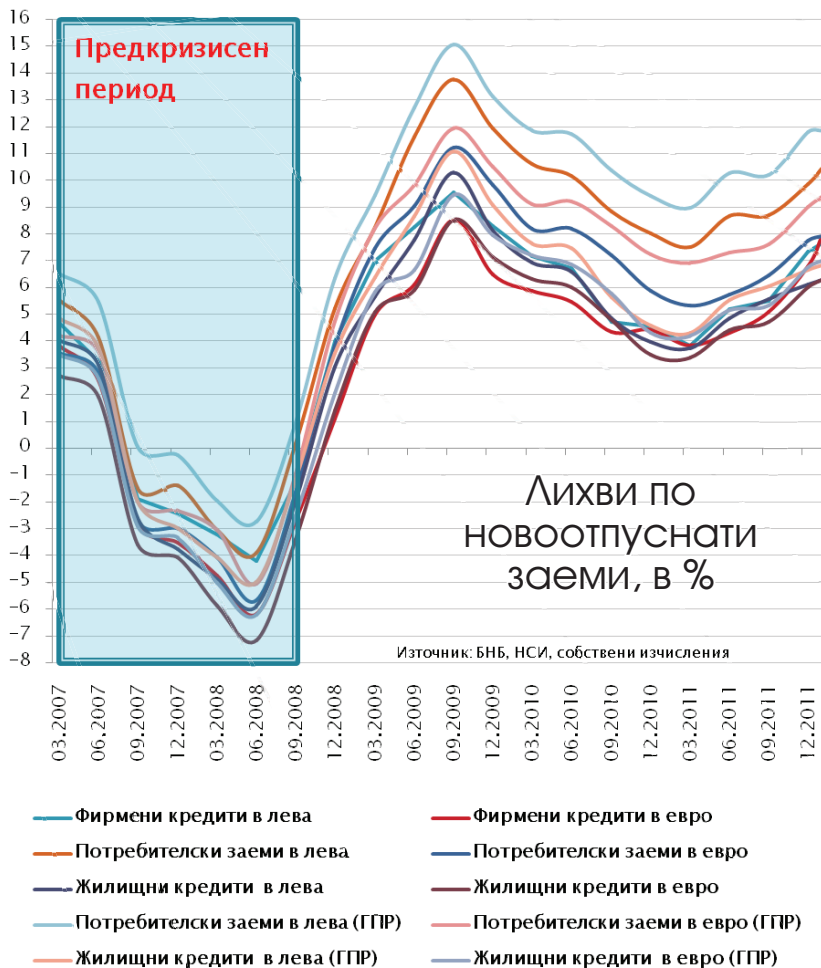
ПЕТЪР ПЕШЕВ,
БулТренд Брокердж

Все по-често се чува мнението на висши банкери и експерти по темата за размера на лихвите. Те, дали от незнание или от прикрити побуди, твърдят, че лихвите по кредитите са стигнали ниските си предкризисни нива. Истината обаче е съвсем друга и, както обичайно, е болезнена. Лихвите по кредитите превишават над два пъти нивата отпреди старта на кризата.

В света на финансите и ико-

номиката се работи с реални величини (след приспадане на инфлацията), а реалният размер на лихвите в момента е доста над нивата отпреди кризата. Коригирани с инфлацията, лихвените равнища по новоотпуснатите банкови заеми, било то за фирмени заеми в лева или евро или пък за такива на домакинствата, са неизгодни за кредитополучателите, сравнени с нивата им отпреди избухването на глобалното финансово-икономическо цунами. Инвеститорите също се съобразяват с реалните лихви по заемите, като малко инвестиционни проекти могат да донесат по-висока реална възвръщаемост в момента. През периода на 2007-а и 2008-а година, когато над българската икономика валеше платинен гъжг, цената на кредитите в реално изражение бе дори с отрицателна стойност, т.е. наблюдаваше се прехвърляне на богатство от заемодател към дължник. Причината тогава бе високият темп на инфлация, който често надхвърляше и 10% и сигнализираше прегряване на икономиката. Сега, когато икономиката е във фаза на разчистване на натрупаните дисбаланси, висока безработица, нисък растеж и слаб поток на входящи капитали, то инфлацията е с ниски стойности и трудно прехвърля 2%, и се дължи на външни фактори основно, като високите цени на петрола и газа например. В резултат реалният размер на лихвите е със стойности в диапазона 6-12% при средна стойност от 2% в реално изражение за периода от началото на 2007-а до края на третото тримесечие на 2008 година, в края на този период международната криза

Нивата превишават два пъти тези отпреди кризата, показват сметките



СА ЛИХВИТЕ?

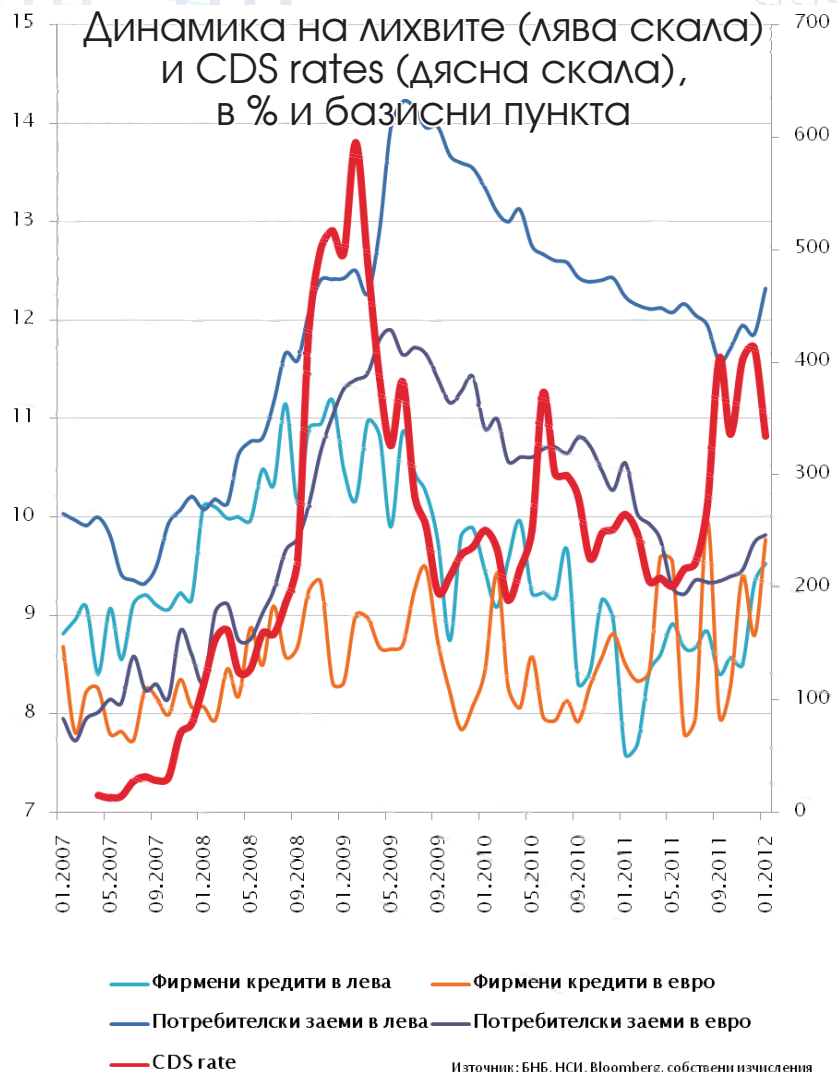
Всъщност започна да се усеща силно и на родна територия. Така че митът, че лихвите в страната в момента са на предкризисните си нива или близки до тях, е разбит на пух и прах.

Икономиката се нуждае от ниски реални лихви, с които да се стимулира предприемаческата активност. Основният трансмисионен механизъм в икономиката е лихвеното равнище, при високи реални лихви икономиката стагнира, а при ниски нараства апетитът за риск и предприемачите започват да превръщат бизнес идеите си в реалност, разгръщайки въображението, мечтите и алчността си. В резултат се разкриват работни места, генерира се добавена стойност, и в крайна сметка се повишава общото благосъстояние на нацията.

Друга основна заблуда, която ни „продават“, е, че лихвите по кредитите в страната зависят от котировките на кредитните дефолт суапове по емитираните български еврооблигации (застраховка, която се активизира при невъзможност на гаден кредитор, в случая българската страна, да обслужва дълга си). Обикновена линейна зависимост между лихвите по кредитите и CDS котировките показва липсата на връзка, отгледно, от графика 2 е видно, че амплитудата на изменение в лихвите и CDS-ите е различна, а и липсва добър синхрон. Определено лихвите по кредитите не се движат от цените на кредитния дефолт суап, а по-скоро от различни фактори на търсенето и предлагането като лихвите по депозитите, икономическата активност, необслужваните кредити, цените на имотите, от миналите си стойности дори, и от

групи важни и не толкова важни фактори.

Причина да се цитират CDS-те в изказванията на знайни и незнайни експерти най-вероятно е целта да се впечатли публиката с някакво слабо познато понятие.



Матиас Хьопфнер,
посланик на Германия у нас:

Прекалено рано е да свирим отбой за дълговата криза



ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Негово Превъзходителство Матиас Хьопфнер е посланик на Федерална република Германия у нас от септември 2009 г. Като германския канцлер Ангела Меркел и той е роден в бившата ГДР - в Потсдам. По образование е юрист. Работил е като научен сътрудник в Института за международно и сравнително

публично право „Макс Планк“ в Хайделберг. Бил е на различни позиции в министерството на външните работи. Дипломатическата си кариера в чужбина започва в отдела за медии и правни и консулски въпроси в Джакарта, Индонезия. От 1995 г. до 1997 г. е заместник-посланик в Триполи, а от 2006 г. до 2009 г. е посланик на Германия в Отава. Хьопфнер е от партията на „Зелените“.

**Общият пазар
носи много
повече полза,
отколкото
ни струва
европейската
солидарност**

- Ваше Превъзходителство, Вие присъствахте на срещите на премиера Бойко Борисов с германския канцлер Ангела Меркел. Българският министър-председател говори за близостта си с г-жа Меркел, но наистина ли я има?

- С посещението си в България през 2010 г. и с приемането на министър-председателя Борисов тази година госпожа Меркел показва колко голям е интересът ѝ към

България. И в България интересът към Германия е много голям. Германо-българските отношения са много тесни и приятелски, това важи не само за правителствените ръководители на нашите две страни.

- Бойко Борисов заяви: „За разлика от другите български премиери, когато канцлерът говори, аз слушам и след това в България изпълняваме правилните за кризата решения.“ Това



© ЛИЧЕН АРХИВ

получават признанието на сънародниците, тогава в положителна посока ще се промени както самооценката на българите, така и образът им в очите на другите.

- Икономическата криза не помина Европейския съюз. Вижда ли се светлина в тунела?

- Германия оценява прилагането на новия фискален пакт на ЕС като важна стъпка за справяне с дълговата криза. За мен пактът е знак, че ЕС си взема правилните поуки от кризата. Кризата обаче все още не е преодолена. Положението се успокои малко, но все още е прекалено рано да свирим отбой. Необходимо е последователна финансова дисциплина. Трябва отново да се генерира повече растеж, за да се приближи светлината в тунела. Конкурентоспособността на държавите от ЕС трябва още да бъде засилена.

- Може ли да се смята, че разпадът на еврозоната е избегнат?

- Независимо от лекото успокояване на финансовите пазари еврозоната продължава да се намира в трудна ситуация. По моя преценка еврото не е истински застрашено. Беше постигнат важен напредък,

но все още е твърде рано да свирим отбой. Политиката на федералното правителство цели стабилизиране на Гърция в рамките на еврозоната по естествен път. Това

Когато се генерира повече растеж, светлината в тунела ще се приближи

е възможно само ако Гърция положи големи усилия и същевременно бъде подкрепена от европейските партньори. На тази цел служи вторият пакет от помощи. Общата валута изисква – повече отколкото досега – координиране на икономическата и финансовата политика в страните членки. В това отношение европейският фискален пакт е много важен напредък.

- Германия е локомотивът на Евросъюза. Какво всъщност ѝ коства на вашата страна тази лидерска позиция?

- „Европа ще се провали, ако се провали еврото. Европа ще спечели, ако спечели еврото”, така

достатъчно ли е, за да сме равноправен партньор?

- Разумно е партньорите от ЕС да си сътрудничат тясно, да обменят мнения относно политически решения и да заимстват мерки, обещаващи успех. България прави това в полза на всички българи, и то като равноправен партньор. Става дума за обмен, не за еднопосочна улица. България жъне голям респект заради ниската задължнялост и добрата бюджетна дисциплина, а пестеливото водене на бюджета се счита на много места за положителен пример. Лично аз съм впечатлен от това, че българските граждани в голяма степен подкрепят този курс и са готови да гледат на него като на инвестиция в бъдещето.

- Как изглежда България,

гледана отвътре и отвън? Като дипломат каква разлика намирате в гледните точки?

- В Германия се счита, че България е атрактивна туристическа дестинация. Но образът на страната в чужбина не е еднозначен и за съжаление невинаги е положителен. Често имам усещането, че самите българи виждат страната си в много критична светлина. Доста млади хора емигрират и не искат да се връщат. Това е тъжна тенденция. Нужно е да се създадат стимули за младите да успяват тук и тук да търсят своите шансове в живота. Вече се забелязва тенденция към по-голямо гражданско участие. Ако повече хора се уверят, че действията им

го изрази федералният канцлер Меркел. В интерес на Германия е да даде съществен принос за бъдещето на Европа. Естествено в нашата страна – в парламента, в медиите, а също и сред бизнеса – често има и критични въпроси относно финансовата подкрепа, която Германия трябва да дава под формата на кредити и гаранции. Покрай всички разходи за спасяване на еврото никога не би трябвало да забравяме, че Европа, зоната на свобода, на сигурност и правосъдие, на общ пазар ни носи много повече полза, отколкото ни струва европейската солидарност.

- Кое според вас поддържа негативизма на Запада към страни като България и Румъния? Имате ли виждане как той може да бъде преодолян?

- В западноевропейските медии България и Румъния често се свързват с бедност, корупция и престъпност. Но аз мисля, че образът на България в Западна Европа вече се е променил и продължава да се променя. Така например като организатор на състезанията от Световната купа по ски в Банско България беше хвалена много. И като туристическа дестинация България става все по-атрактивна със своите прекрасни планини, Черноморското крайбрежие и разнообразните забележителности. Много хора тръгват на път, за да видят България със собствените си очи. Аз съм оптимист, че и така образът на България ще продължи да се променя в положителна посока. Решаващо обаче ще бъде България да продължи реформите в сферата на правосъдието и въ-

трешните работи и да ги приложи последователно в практиката на правосъдните органи.

- Какви са плюсовете и какви са минусите за старите страни членки от това, че България се присъедини в Европейския съюз?

- С разширяването на ЕС със страните от Централна и Източна Европа стъпка по стъпка беше премахнато разделението на Европа с неговите негативни последици. След десетилетия, белязани

от бодлива тел и стени, сега Европа се обединява по мирен начин. Членството на България в ЕС е предимство и за немските фирми. Сега България присъства на големия европейски общ пазар с над 500 милиона души, а българският пазар е отворен за търговци и инвеститори от Германия.

- Докъде да продължи разширяването? Възможно ли е целите Балкани, в това число и Турция, да станат част от обединена Европа?

- На госта ранен етап Германия вече се застъпи за започване на преговори за присъединяване с Турция. Не на последно място това е свързано с тесните политически, културни и икономически отношения на Германия с Турция. Все пак около три милиона души с турски произход живеят в Германия. Те вече са част от нашето общество. Освен това Турция е от централно значение за стабилността в Югоизточна Европа и в съседните на ЕС страни от този регион. Също и като транзитна страна на газ и нефт Турция играе важна роля при снабдяването с енергия на страните членки на ЕС.

Наистина резултатът от провеждащите се от 2005 г. преговори за присъединяване все още не е сигурен. Преди това трябва да бъдат изпълнени още множество условия на т.нар. Копенхагенски критерии. При това се изисква напредък в сферата на човешките права и последователното въвеждане на принципите на правовата държава.

Германия има ясен интерес от съответни реформи в Турция. Съществува също така и все още неразрешеният проблем с Кипър.

- Въпреки катастрофата в Япония светът не се отказва от развитието на ядрените



Н. Пр. Матиас Хьопфнер

България жъне голям спект заради ниската задължияност и добрата бюджетна дисциплина

мощности. В Германия също има настроения за нов живот на атомните централи. Каква е Вашата позиция?

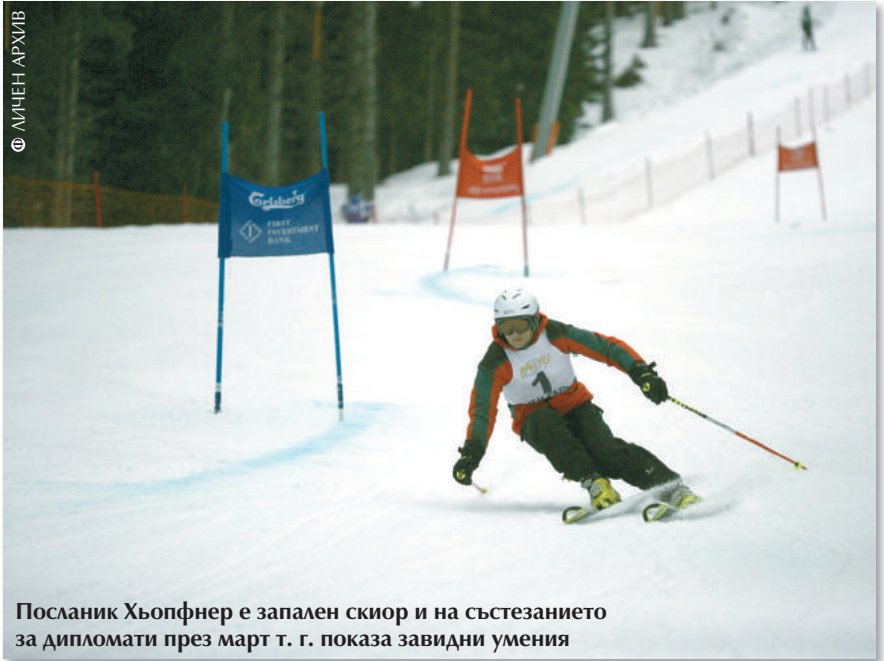
- Изцяло стоя зад решението на федералното правителство да ускори отказа от ядрената енергия. Навърши се една година от катастрофата във Фукушима и съм сигурен, че решението за преход в енергетиката е правилно. Германия може да си осигури енергия чрез други енергийни източници. През последните години технологиите за възобновяеми източници се развиха с голяма скорост и доведоха до значителен спад на цените на съоръженията. Германия има добър шанс да стане лидер на пазара на ВЕИ и по този начин занаят да си осигури устойчиво енергоснабдяване.

- Германските инвестиции у нас през последната година-две драстично намаляха, след като имаше бум през 2007-2008 г. На какво се дължи слабият интерес към нашата страна?

- Съществената причина за спада е глобалният икономически застой. Въпреки това в момента немски фирми развиват в България значима дейност. На летище София например се виждат новите халета на „Луфтханза Техник“, които в близко време ще бъдат въведени в експлоатация. Изпълнен съм с увереност, че при подобряване на конюнктурата и по-нататъшни реформи в областта на правосъдието и вътрешните работи още повече германски инвеститори ще дойдат в България, тъй като тогава „управлението на риска“ ще бъде по-предвидимо.

- Външните инвестиции ли са решението за растеж на българската икономика, или...

- Чуждестранните инвестиции са съществен фактор за развитието на икономиката. Германия също нямаше да има толкова развита и стабилна икономика, ако ги нямаше многото чуждестранни инвестиции, които от десетилетия са естествена част от страната



Посланик Хьопфнер е запален скиор и на състезанието за дипломати през март т. г. показва завидни умения

Много хора тръгват на път, за да видят страната ви със собствените си очи

ни. Външните инвестиции, разбира се, не решават всички проблеми на българската икономика. Но аз съм сигурен, че те могат да дадат много важни импулси, като внасят капитал и знания в страната и създават работни места. В

интерес на България е да прогълтава да е атрактивна за инвеститори от чужбина. Ключът за това са професионалното обучение и успехите при по-нататъшната реформа на административната и правосъдната системи.

- Грабнахте „среброто“ на ски състезанията за дипломати в Банско. Откога ските са Ваша страст и как поддържате добра форма?

- Формата ми би могла да е и по-добра, иначе нямаше да съм в второто най-добро време в състезанието за Купата на министъра на външните работи. Но шегата настрана, от дете ските са неразделна част от заниманията ми в свободното време през зимата.

- Нещо повече за нещата, които са Ваше хоби?

- Аз съм от семейство на музиканти и много обичам музиката.

Като дете няколко години свирех на пиано, а после на виолончело. Успоредно с това обаче спортът минаваше все повече на преден план. Освен зимния спорт много обичам да играя тенис, а с велосипеда си съм „навъртял“ много километри. Но вече над трийсет години ветроходството е нещо повече от просто едно хоби, като неизменна част от него са безкрайните ремонти и работите по поддръжката на гървената яхта, която е на повече от 70 години.

- Коя интересна случка от кариерата си на дипломат ще разкажете?

- Когато през 2010 г. федералният канцлер Ангела Меркел дойде в София, в програмата беше включено удостояването ѝ с титлата почетен доктор на Русенския университет. Интересът беше толкова голям, че няколко часа преди събитието трябваше да преместим мястото на провежда-

Еврото не е истински застрашено

не от Министерския съвет в Археологическия музей. Това беше голямо логистично предизвикателство, с което се

справихме успешно. Мисля, че никои от високоставените гости не забеляза, че всичко беше подготвено едва в последната минута. Получи се хубаво и достойно събитие.

„ИКОНОМИКА“



www.economymagazine.bg

Сайтът ни

стартира от април, архивът на списанието - вече на руски и английски

„Икономика“ покорява мрежата.

От началото на април стартира уебстраницата ни www.economymagazine.bg с най-новите и любопитни новини от света на бизнеса и финансите. Така нашите читатели ще могат, освен да следят пълния архив на списание „Икономика“, да се информират и за последните случващи се новости у нас и в чужбина.

Интернет страницата е с удобен за ползване дизайн, а рубриките и категориите позволяват лесно да намерите новини от сферата, която ви интересува.

Стъпването ни в мрежата цели постоянните читатели да получат гостъп до новините веднага след като те са се случили. А какво се крие „между редовете“ може да проследявате в редовните ни рубрики „Тема на седмицата“, „Лице на седмицата“, „Удар на седмицата“, където ще търсим най-актуалните мнения, коментари и анализи по горещи въпроси.

В уебсайта може да се открие и полезна бизнес



Бекъм разпродава колите си

В колекцията на звездата има BMW, Range Rover, Lamborghini и три мотоциклета Harley Davidson

Любопитно

Бекъм разпродава колите си
Жена съди Apple за 1 милион
Данъчни продадоха луксозен джип
Пускат цигари "Дон Корлеоне"
90 банкери на ски фест в Банско

Най-нови

Бекъм разпродава колите си
Жена съди Apple за 1 милион
Данъчни продадоха луксозен джип
Пускат цигари "Дон Корлеоне"
90 банкери на ски фест в Банско

Секции

В мрежата

информация за валутните курсове и движението на борсовите индекси.

А обратната връзка с читателите ще търсим чрез редовни седмични анкети, както и чрез възможността да коментират свободно всяка от информациите и да ги споделят със свои приятели и познати в социалните мрежи.

За най-активните в интернет списанието вече има своя Фейсбук страница - <http://www.facebook.com/pages/Списание-Икономика>, както и профил в Тумтър - @EconotumMagazine.

Всички новини, които се публикуват на уебстраницата на списанието, ще бъдат достъпни и за потребителите на двете мрежи.

В специална секция на обновения уебсайт читателите могат да намерят и пълния архив на издадените досега броеве от списанието. Най-популярните материали от хартиеното издание ще бъдат преведени и на руски и английски от април.

Сайтът има и специална секция, посветена на дългогодишния конкурс „Мистър Икономика“, който след прекъсване бе подновен през 2011 година. Предстои неговото издание и през 2012-а, като първо за церемонията, журито и най-важното – номинациите, ще научат нашите интернет посетители.

Приятно сърфиране!
Ще се срещнем на www.econotummagazine.bg/



Лице на седмицата



Хазарт

Практиката ще покаже дали законови промени ще изкарат „на светло“ залаганията в интернет

ПЕТЯ
СТОЯНОВА

Третият опит на управляващото мнозинство да придвижи до парламента проекта си за нов Закон за хазарта беше успешен. В него за първи път се регулира облагането на залаганията в интернет, за които според различни оценки българите харчат около половин милиард лева на година. Очакванията са от онлайн игрите в бюджета да постъпват до 100 млн. лв. От наземен хазарт през 2011 г. в хазната са влезли над 126 млн. лв. - над 5 млн. от такси и над

120 млн. лв. от корпоративен данък.

Сметките на Европейската комисия показват, че само за периода 2006-2008 г. постъпленията от онлайн хазарт са между 6 и 8 млрд. евро. Като се имат предвид прогресът на технологиите и повишаването на достъпността до интернет в

гомакинствата, както и врогеното желание за лесни печалби, няма съмнения, че у нас приходите и постъпленията от този модерен хазарт ще се увеличават. По неофициални оценки от залози през нелегитимни сайтове изтичаха по 700 млн. евро годишно.

През изглени уши

„За първи път в България се регламентират и регулират игрите от разстояние - онлайн хазартът, SMS и телевизионните игри. Новият закон има много плюсове, тъй като е съобразен с добрите европейски практики. Гледали сме законодател-

Роси Маккий, основател и почетен член на Българската търговска асоциация на производителите и операторите от игралната индустрия и вицепрезидент на Casino Technology



ЕДНО КЪМ ЕДНО

Новият Закон за хазарта е стъпка в посока модернизирани на законовата рамка, като дава възможност новите технологии да се прилагат на игралния пазар у нас. Организаторите ще предложат по-модерни и по-иновативни продукти за потребителите на хазартни услуги. Легализирането на игрите от разстояние е важна промяна, която поставя България в списъка на страните, които регулират тази дейност и гарантират качеството на услугата към крайните клиенти.

Очаква се пазарът да претърпи

Новият закон ще

промяна в следващите 18 месеца, тъй като високите изисквания към организаторите за доказване на инвестиции, както и увеличаване на минималния брой игрални места, ще доведе до затваряне на игрални зали. В същото време други организатори ще закупят ново оборудване, за да изпълнят условията на новата регулация, и това ще доведе до интересна динамика на пазара на игрално оборудване. Новият закон предвижда и завишени изисквания към производителите. Едно от тях е въвеждането на изискване за

Под контрол

ството на 15 гържави и заемствахме най-доброто”, обяснява Калоян Кръстев, председател на Държавната комисия по хазарта (ДКХ). Сред постиженията в закона според него са по-високите изисквания спрямо организаторите на хазартни игри. В сравнение с действащия от 1999 г. закон вече се поставят допълнителни условия за получаването на лиценз след 1 юли. От тази дата започва и 15-месечен срок, в който заварените оператори трябва да приведат дейността си в съответствие с актуалните правила, за да получат ново разрешение. Председателят на ДКХ не смята, че новите директиви ще прогонят големите хазартни букмейкъри от българския пазар, каквото е мнението на феновете на спортните залози и професионалните покер играчи. Според Кръстев регламентирването на новата нормативна уредба създава правила в игралната индустрия и се приветства от всички големи оператори.

Доколко одобренията от парламента Закон за хазарта е балансиран за всички участници на пазара, ще стане ясно до 1 октомври 2013 г. Още след 1 юли обаче ще се разбере дали легалната игрална индустрия у нас привлича интереса на големите букмейкърски компании. При обсъждането на нормативния акт имаше коментари, че законът е лобистки и се прави за определени играчи, както и за пренасочване към офлайн залаганията. Най-разгорещени са споровете за изискването към интернет доставчиците да филтрират трафика и ограничават достъпа до сайтове, предлагащи нелегални

Онлайн игрите трябва да се управляват от централна компютърна система, като техническите и функционалните ѝ характеристики ще утвърждава Държавната комисия по хазарта. Интернет страницата, чрез която се организират хазартни игри, трябва задължително да съдържа информация на български език за данните на организатора по неговата търговска регистрация, издадения от комисията лиценз, правилата на хазартната игра, начините за приемане на залози, формирането и изплащането на печалби. Организаторът на хазартните игри от разстояние трябва да осигурява на контролните органи на комисията по хазарта, на Националната агенция за приходите и на МВР непрекъснат дистанционен достъп до контролния локален сървър, разположен на територията на България. Парламентът записа глоба от 20 000 до 50 000 лева за организиране на хазартни игри без лиценз.

хазартни услуги.

Двете страни на контрола

Държавната комисия по хазарта ще поддържа списък на интернет страници, чрез които се организират хазартни игри от лица, които не са получили лиценз за това и не плащат данъци. За да излязат от „черния списък” хазартните оператори „в сянка”, ще имат триденен срок да поискат лиценз. В случай че процедурата не е спазена, ДКХ е задължена да поиска от Софийския районен съд прекратяване на достъпа до тези страници. Интернет доставчиците

са длъжни в рамките на 24 часа след публикуване на съдебното разпореждане да спрат трафика до тези сайтове. В противен случай провайдърите ще бъдат глобени от 10 000 до 20 000 лв.

Тежестта на контрола на хазартната индустрия се премести в онлайн пространството. Рестриктивните текстове в новия закон за филтриране на интернет съдържание противоречат на редица директиви на Европейския парламент и решението на Европейския съд, коментират интернет доставчиците. „Никой не може без съдебна санкция да изисква информация за личните данни на потребителите”, пише в петиция на Асоциацията на потребителите на телекомуникационни и интернет услуги до председателя на парламента Цецка Цачева. Те дори сравняват регламента за контрол в интернет пространството като „новата АКТА”. Единствената причина тези ограничения да не се обявяват за противоконституционни е фактът, че те се налагат след съдебно решение. Много от провайдърите се съмняват дали системата за контрол ще е ефективна, понеже всеки потребител може да стигне до иначе филтриран сайт, като ползва прокси сървъри.

За правото на потребителя

Противоречие между текстове от новия Закон за хазарта с директиви на Европейския парламент и решенията на Европейския съд, както и с Конституцията на Република България

предизвика разместване в бранша

доказване на първоначални инвестиции и средства при лицензиране. Процесът на разработка, внедряване и производство на продукти за игралната индустрия е сложен и много отговорен, който да гарантира надеждност и сигурност на оборудването. Това може да се постигне чрез инвестиция както в сериозни разработки, така и в местване в независими лаборатории. Освен гореспоменатите изисквания към производителите, се предвижда и завишен контрол по отношение на разпространението на

игралното оборудване.

Пазарната среда в страната към сегашния момент поставя предизвикателства пред организаторите, които стагнират пазара. Това се диктува не само от факта, че свободните парични средства в потребителите са ограничени, но и от това, че гържавната и данъчната политика са по-скоро рестриктивни към бизнеса. Преди две години се гласува драстично увеличаване с повече от 70% на данъчните ставки за хазартните игри, което доведе до свива-

не в сектора с повече от 40%. С новия Закон за хазарта се поставят и нови високи изисквания за инвестиции, увеличен минимален брой игрални места, които със сигурност ще доведат до допълнително разместване в бранша. Легалното организиране на онлайн игри и залагания ще промени и предлагането на пазара и клиентите ще имат различни възможности за игра. Изискванията в поднормативните актове, които предстоят да бъдат обявени, също ще се отразят на баланса в сектора.

откриват и правозащитници. Според тях се ограничава свободният достъп на потребителите до интернет и се засягат правни аспекти на услугите на информационното общество, в частност електронната търговия във вътрешния пазар обработката на лични данни и защита на правото на неприкосновеност на личния живот в сектора на електронните комуникации. Текстове нарушават европейската директива за запазване на данни, създадени или обработени, във връзка с предоставянето на обществено достъпни електронни съобщителни услуги или на обществени съобщителни мрежи. С най-голяма тежест са противоречията с чл. 39 и чл. 41 от Конституцията на Република България за правото на достъп до информация, свобода на словото, както и с чл. 10 от Европейската конвенция за правата на човека и чл. 11 от Хартата на основните права на ЕС. Неспазването на чл. 16 от Хартата на основните права на Европейския съюз и чл. 19, ал. 1 от Конституцията на Република България нарушават правото на свободна стопанска инициатива, коментират юристи.

Председателят на БАИТ Теодор Захов също е на мнение, че промените в Закона за хазарта са „опит за натиск и ограничаване на свободата в най-демократичното технологично изобретение - интернет”. По думите му ако изгубим правото на интернет свобода, сме загубили и демокрацията, защото вече има цели поколения, израснали в мрежата.

Надежда за президентско вето

Интернет доставчици и граждански поискаха от президента Росен Плевнелиев да наложи вето върху новия Закон за хазарта и да го върне за ново обсъждане в парламента. В отвореното писмо от гражданската инициатива „Не на АСТА и контрола върху интернет”, „Интернет общество – България” и „Сдружението на независимите интернет доставчици” се посочва, че връщането на закона ще позволи по-широка дискусия. Необходимо е да се осмислят по-загълбочено съществуващите алтернативи за ефективна борба с нелегалната

хазартни сайтове, които да не ощетяват гражданските свободи и да не могат да бъдат технологично заобиколени. Според доклад на международната организация „Репортери без граници” за свободата в интернет все повече страни се опитват

да цензурират и ограничават достъпа до съдържание и сайтове в мрежата. „За съжаление, с новия Закон за хазарта филтрирането става факт и в България”, категорични са специалистите от организациите, които настояват за президентско вето.

Невен Дилков, председател на управителния съвет на „Сдружение за електронни комуникации”:

Мерките за филтриране на интернет сайтове ще са неефективни

- Как ще се отрази на онлайн индустрията новият Закон за хазарта?

- Ние от СЕК, заедно с колегите от още седем организации (АПТИУ, Интернет общество България, БАИТ, Програма „Достъп до информация”, СНИД, БАККО, Гражданска инициатива „Не на АСТА и контрола върху интернет”) дадохме препоръки на законодателя, както на организирания от нас три пресконференции, така и при участието ни в обществени дискусии, които засягат онлайн индустрията. Всички ние сме особено чувствителни срещу всеки опит на държавата чрез законодателни текстове или регулаторни мерки да възложи на телекомуникационните оператори задължението да филтрират, контролират или да осъществяват намеса в данните, които пренасят по своята мрежа. Това е неспецифична отговорност за тях и не интернет доставчиците трябва да следят потребителите, понеже тяхната роля е да осигуряват преносната среда. В момента в Комисията за регулиране на съобщенията има регистрирани 1158 доставчика на интернет и свързани услуги, които трябва да отделят изключително много време, човешки ресурси, закупуване на нова апаратура, за да приложат това филтриране. Финансовите средства ще са в размер на годишната печалба на всяка от компаниите за период от няколко години напред.

Предвижданата мярка за филтриране на трафика не би могла да доведе до търсените резултати и спиране на хазартните игри от разстояние без разрешение. Ефективното ѝ прилагане ще бъде на практика изключително трудно, а заобикалянето на ограниченията е лесно. В същото време тя ще доведе до забавяне в развитието на сектора на електронните съобщения и негативни резултати за обществото като цяло.

При установяване на незаконосъ-



бразна дейност като организиране на хазартни игри от разстояние без разрешение, проблемът може да бъде решен не чрез контрол и филтриране на интернет трафика, а като се отстранят самото нарушение. В случая това е затваряне на сайта, който нарушава правилата на Закона за хазарта. Националното и европейското законодателство, както и международните договори, по които България е страна, предвиждат достатъчно механизми за преустановяване на подобни нарушения.

- Какво показва европейската практика?

- Международният опит показва, че мерки като филтрирането на информация от интернет сайтове или самите сайтове за нелегални залагания са неефективни. Не водят до повишаване на приходите от данъци и са лесни за заобикаляне от интернет потребителите дори със средни и ниски технически познания.

В държави като Франция взетите мерки за филтриране не намаляват пазарния дял на нелегалните сайтове. Данък печалба 2.5% и данъчни облекчения са стимул за регистрираните сайтове в Италия и там дялът на нелегалните игри става все по-малък. Според мен много по-силен ефект би имала данъчната политика, която правителството води по отношение на онлайн хазарта.

УХОЖАНИЯ

За милиони

СВЕТЛАНА
ЖЕЛЕВА

Егва ли ще има сериозна криза за секторите парфюмерия и козметика, защото всеки човек се стреми да бъде хубав и подгържан. Въпросът е каква сума ще може да отдели за разкрасителни процедури за себе си, знаят експертите. Козметичният бранш в световен мащаб е най-иновативният и най-бързо развиващ се сектор. Всяка година на мултинационалния козметичен пазар излизат все нови и нови продукти, които изкушават потребителите с разнообразието си.

„За наше щастие козметичният бранш в България не бе сред най-сериозно засегнатите от икономическата криза. Да, кризата се усети, но нямаше фалити или масови съкращения. Така че като за една от попередните кризисни години, 2011 г. може да се определи като „средна хубост“, коментира Николина Узункова, изпълнителен директор на Българската национална асоциация „Етерични масла, парфюмерия и козметика“.

Като цяло за бранша обаче може да се отчете продължаващия спад в продажбите на българския и на международните пазари. В рамките на последните 3 години всички категории регистрират спадове, като с натрупване те са в рамките на 15-18 % в натура и с около 6-10% в стойност. Добрата новина е, че няма отпаднали от

Козметичният бранш не бе сериозно засегнат от кризата, но продължава да страда от нелоялна конкуренция и се спасява с износ

пазара компании.

Очакванията на фирмите от бранша са за нелека 2012 година. Последните кризисни години направиха производителите все по-внимателни при решенията за нови

инвестиции. По отношение на промоционалната дейност особено се разчита на помощта от Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия. През 2012 г. се забелязва нараснал интерес към дейностите, заложили в програмата на агенцията по проект за „Насърчаване на интернационализацията на българските предприятия“. Това ще рече, че е фокусиран към организиране на българско участие в международни изложения и организиране на търговски мисии. Всичко това е доказателство, че фирмите нямат достатъчно свободни средства за самостоятелно стъпване на нови пазари. Не без значение е фактът, че повече от 85% от компанията в козметичния бранш са малки и средни фирми.

През последните 2-3 години се връща интересът към производството под private label – собствени марки. Това е начин големите компании да натоварят в по-голяма степен своите производствени мощности. При договорите private label маржът на печалбата е много нисък, но във времена на криза е начин да останеш на пазара.

Очакванията все пак не са

песимистични: връщане на преходни нива се отлага за 2013-2014 година, отбелязва още Узунова.

Запазва се обаче експортната характеристика на компаниите от бранша. Независимо дали става въпрос за микро-, малки и средни фирми или големи компании, над 50% от произведеното е за износ. А при някои компании процентът е и по-висок. През 2010 г. обемът на експорта достигна повече от 103 млн. евро.

Козметика за лице и тяло генерира около 30 млн. лв. оборот годишно, пазарът на паста за зъби - 42-45 млн.лв., а продуктите за коса - основно шампоани и балсами - около 60 млн.лв.

„Всеки пазар си има своя специфика. За традиционния руски пазар, на който нашата продукция е много добре известна, се изнасят главно бои за коса и паста за зъби. На европейския пазар предлагаме бяла козметика – дневни



© ЕМОНИА ЦОНЧЕВА

Родната козметика трудно пробива в конкуренцията с големите западни компании

и нощни кремове, шампоани и гр. Навлезли сме в Гърция, Франция, Германия, Румъния, Великобритания, Украйна. За Полша също имаме сериозен износ. За арабския пазар експортът е основно „бяла козметика“, т.е. кремове за избелване

на кожата – нещо характерно за менталитета на хората там. Интерес има към козметиката и кремове, в които се влага розово масло. Те се котираят много добре на арабския пазар и в Япония. За Северна Америка в момента имаме

БЛИЦ ИНТЕРВЮ

Николина Узунова,
изпълнителен директор на Българската национална асоциация „Етерични масла, парфюмерия и козметика“



Продуктите се обновяват непрекъснато, защото имат все по-къс пазарен живот

- Г-жа Узунова, как се справят българските козметични фирми с безмилостния натиск на конкуренцията от международните фирми?

- Българските фирми определено са много по-конкурентоспособни в сравнение с преходни периоди. За времето от 2003 до 2008 г., т.е. преди настъпването на кризата, голяма част от тях направиха сериозни инвестиции в производствените сгради и мощности, така че спокойно може да се обобща, че компаниите по нищо не отстъпват на своите колеги от ЕС. В това се убедихме за пореден път по време на визите за обмяна на опит, организирани от Българската национална асоциация „Етерични масла, парфюмерия и козметика“ в Германия, Италия и Русия. В допълнение, професионализмът на кадрите и чудесният диалог със здравното министерство по отношение на новото козметично законодателство и изисквания са предпоставка за конкурентност на бранша.

По отношение на новите брандове, това е един нестихващ процес. През последните години се забелязва съкращаване живота на козметични-

те продукти, което означава, че без нови брандове компаниите не могат да разчитат да останат на пазара. В допълнение, потребителите стават все по-взискателни и търсят продукти, които да отговарят най-точно на техните специфични изисквания. Не трябва да се пренебрегва и тенденцията на натуралното производство. Тя вече не може да се определи само като маркетингова, научна или друга тенденция. Тя става начин на живот и производителите от всички браншове, включително козметичния, трябва да се съобразят с нея.

- Следете ли продажбите през търговските вериги?

- Търговските вериги са фактор на пазара, и то не само в България. За защитата на интересите на козметичните компании наши членове разчитаме изцяло на Съюз „Произведено в България“.

- Какво ново при производството и износа на етерични масла?

- Световната икономическа криза не отмина и производителите и търговците на етерични масла. В България се произвеждат най-вече розово и лавандулово масло и розова вода, чиято

износ основно на „бяла козметика“, казва Узунова.

„В нашите категории - паста, четки и вода за зъби, боя за коса, шампоани, кремове за лице и тяло има спад на пазара през последните 2 години. Предполагам, че и при останалите категории положението е същото. Спадът е както в количество, така и в стойност.

Потреблението остава свито, което е и причината за спада на пазара. Също така се наблюдава и тенденция на намаляване на средната цена на продуктите. Това е резултат на агресивни промоционални активности. Като обобщение мога да кажа, че кризата сви потреблението, потребителите станаха изключително чувствителни към цената, а промоциите се превърнаха в единствена възможност за реализиране на продажби”, обяснява Димитър Луканов, изп. директор на „Арома“ АД.

Българското розово масло продължава да бъде най-качественото и търсено на световния пазар

реализация от финансова гледна точка е от значение за компаниите. Най-големите световни производители на фина парфюмерия и луксозна козметика са клиенти на българските компании. За съжаление именно заради световната криза през 2010 и 2011 година рязко спадна търсенето на розово масло. В допълнение климатичните промени и обезлюдяването на селищата в Розовата долина поставиха пред сериозно изпитание родните производители. Станахме свидетели и на фалити.

Очакванията са за трудна 2012 г. Все пак с гордост трябва да отбележим, че българското розово масло продължава да бъде най-качественото и търсено на световния пазар. Предвид обаче множеството въпросителни пред розопродизителите: инвестиции в розовите градини, липса на работна ръка, климатични промени, както и проблемите пред преработвателите: липса на конкретни заявки и авансови плащания по договори, превръщат въпроса с цената на маслото във въпрос с неясен отговор.

Димитър Луканов, изп. директор на „Арома“ АД

Експортът е спасителният пояс

- Г-н Луканов, каква е прогнозата ви за развитие на бранша през 2012 г.?

- Не очаквам 2012 г. да бъде много по-различна от миналата година. Предполагам, че кризата в потреблението ще се задълбочи и ценовата конкуренция ще се изостри допълнително. Цената ще става все по-решаваща при избора на продукти.

- Какви са тенденциите на този пазар?

- Трудно е да се даде обобщен отговор, всяка категория си има своите особености и иновации. Не мисля, че 2011 г. представи нещо цялостно ново и иновативно, което си заслужава да спомена.

- Какво най-много се купува в момента и в кой ценови сегмент?

- Разбира се, най-търсени са продуктите от първа необходимост. Всеки има нуждата да поддържа лична хигиена и това задържа нивата в някои категории високи, но само количествено. Поради голямото разнообразие от стоки и цени, хората предпочитат да купуват най-изгодното предложение.

Това не означава най-ниската цена, а най-голямото съотношение цена-качество.

- Експортът

ли е спасителният пояс за вас?

- Да, износът е единствената възможност за българския бизнес да расте и да се развива. Вътрешният пазар е изключително малък, за да може да бъде достатъчен. „Арома“ АД успешно развива и разширява пазарното си присъствие както на Балканите, така и в Западна, Централна и Северна Европа. Мога смело да кажа, че в момента 75-80% от продукцията на „Арома“ се реализира в рамките на ЕС.

- Планирате ли нови инвестиции, придобивания, ребрандиране?

- Не, нямаме планове за разширение чрез придобивания, ще растем органично.

Инвестициите при нас са



ежедневие и ние постоянно подобряваме и модернизирате технологията на производството и оборудването на завода. Ще продължим да инвестираме и в развитието на нашите търговски марки. Компанията традиционно е един от най-големите рекламодатели в съответните категории в България.

- Вашата рецепта за справяне с кризата?

- Максимална ефективност във всичко - от снабдяването през производството до маркетинга и дистрибуцията. В днешно време цената играе най-важната роля и всички

трябва да направим максимално възможното да предложим на потребителите това, от което имат нужда.

- Кои по-лесно оцеляват малките или големите фирми, българските или чуждите?

- Тези, които са по-гъвкави. Пазарът е много динамичен и оцеляват само тези, които могат бързо да се адаптират към новите реалности. Все пак, не може да се отрече, че по-големите имат повече ресурс и могат да оцелеят по-дълго. В този ред на мисли големите чужди компании имат не само повече ресурс, но и значително повече опит, особено когато става въпрос за оцеляване в момент на криза.

Инвестициите при нас са ежедневие

Не кризата, а сивият сектор



© ЕМОНА ЦОНЧЕВА

42,2% от работодателите в сектор „Парфюмерия и козметика“ смятат, че сивият дял в бранша е между 11% и 25%. Други 19,5% са на мнение, че нелегалната икономика в сектора е около една трета. Това показва изследване на Асоциацията на индустриалния капитал в България (АИКБ), проведено през януари тази година.

Според оценките най-честият „носител“ на „сивото“ в бранша са малките, особено гаражните козметични фирми.

Типично за тяхната дейност е използването на нерегламентиран труд, производството на продукти менше, нарушенията на данъчното законодателство.

В случая са налице два сериозни проблема, посочват от АИКБ. Първо, произвеждат се продукти с понижени качества, а в редица случаи използването на евтини суровини и вещества създава

При покупките клиентите избират според приемлива цена и качество, твърдят от бранша

риск за здравето на потребителите. Директните вреди се понасят от крайните ползватели на козметичните продукти.

Второ, дейността на гаражните фирми формира сив сектор в бранша, което се изразява основно в недеklarирани обороти, нелоялна конкуренция и оскъпяване на продуктите от постоянно нови разработки и налагането им на пазара. Освен че ощетяват държавния бюджет, действията на тези фирми нанасят огромни вреди върху изрядните работодатели в бранша.

Типичните сиви практики

Данните от изследването за

бранш „Парфюмерия и козметика“ показват, че традиционните „сиви“ практики в бранша се изразяват в закупуване на суровини и материали от сиви производители, неиздаване на фактури или други платежни документи, укриване на реалните обороти, плащане на по-ниски данъци, неиздаване на надлежно изискуемите от закона платежни документи или фактуриране по реалната цена на реализираните стоки и услуги. Както и контрабанден внос, без да се начисляват мита и ДДС, недеklarирани износ или износ със занижени продажни цени и укриване на реални продажби и обороти.

През последните две години в бранша се наблюдават някои нови сиви практики. Най-сериозни вреди нанасят опитите на една част от малките фирми в бранша да си „спестят“ задължителните регистрации по стандарта „РИЧ“ с цел избягване на допълнителни такси за регистрация на продукти и по този начин ще бъдат по-конкурентни в сравнение с големи производители, посочват от АИКБ.

Фактори за съществуването на сиви практики в бранша

Липсата на държавна политика за защита на българските производители е посочена от половината от работодателите от бранша като фактор №1 за наличието на сиви практики в бранша. Според 47,9% от анкетиранияте вторият фактор е корупцията. Вземането на пари под масата сред чиновниците отключва цяла верига от нерегламентирани практики, в която се въвлечат и работодателите. Неэффективността на разследващите органи, според 34,5% от запитаните е „покана“ към нелоялните фирми да поемат рисковете от работа в сивото пространство.

притеснява фирмите

Прави впечатление, че в бранш „Парфюмерия и козметика“ кризата като общо утежняващо обстоятелство се нарежда сред факторите с по-слаба тежест. Обобщавайки мненията, се оказва, че не кризата, а нерегулираното поведение и слабият контрол на гържавните органи раждат проблемите, посочват от асоциацията. Несъвършенствата в законодателството и липсата на сурови санкции спрямо нарушителите са едно „гежурно обяснение“ за постоянното подгържане на високи нива на сива икономика и - нещо повече - за поява на нови сиви играчи с усъвършенствано поведение.

Проблемни в бранша са онези невидими и неуловими икономически играчи, които паразитират върху производителите „на светло“ - чрез копиране на


производство, имитации, кражба на разпознавателни знаци, запазени марки и т.н. Този тип играчи в бранша са не просто нелоялни конкуренти, които разколебават доверието в българското производство, но и са опасни за здравето и дори за живота на потребителите.

Възможните решения

Тъй като работодателите са наясно, че само с „осъзнаване на проблемите“ няма да се стигне до ефикасни резултати, те акцентират върху по-силен контрол и по-строги санкции за нарушителите.

Според работодателите от бранша, силен ефект за намаляване на сивите практики изобщо биха имали строгите и прозрачни за обществеността наказания за

нарушителите на закона, въвеждане на грастично по-високи парични санкции за неизрядните участници, прилагането на законите в еднаква степен за всички икономически играчи, намаляването на броя на разрешителните и лицензионни режими, засилване на контрола от страна на администрацията и повишаване ефективността на съдебната власт.

Но успоредно с това фирмите предлагат да се помисли за стимули за изрядните работодатели и стимули за работодателите, спазващи европейските изисквания за екологосъобразно производство. В същото време работодателите от бранша масово апелират за повишаване на гържавната подкрепа за български продукти и за намаляване на размера на социалните осигуровки. 

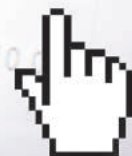


БЪЛГАРСКА БАНКА ЗА РАЗВИТИЕ

МОСТ МЕДУ БИЗНЕСА И УСПЕХА

Бизнес кредити...
на клик разстояние

bbr.bg



Някои го предпочитат зелено

„Грийн такси“ е верига, която навлиза на пазара с модерна еко концепция

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Ако видите зелено такси в София, не си и помисляйте, че сте се телепортирали някъде в Западна Европа. Екотаксита се появила наскоро и в нашата столица и веднага станаха най-модерната услуга. Зелените Toyota Prius возят предимно корпоративни клиенти, защото качеството на обслужване и комфортът на пътуването са гарантирани. В автомобила на ваше разположение е дори таблет със свободен достъп до интернет, може да презгледате и новия брой на сп. „Икономика“.

Появата на необичайните по цвят таксита се посреща с интерес, но мнозина задават въпроса как така зелени, щом всички таксита трябва да са жълти. Отговорът е, че законът позволява на хибриди и електромобили, които работят като таксита, да се отличават.

Появата на необичайните по цвят таксита се посреща с интерес, но мнозина задават въпроса как така зелени, щом всички таксита трябва да са жълти. Отговорът е, че законът позволява на хибриди и електромобили, които работят като таксита, да се отличават.

Намеренията

„Искаме да предложим продукт, който е уникален на българския пазар, и от мегаполисите на Запад да пренесем у нас зелените таксита. Желанието ни е да предоставяме висококачествена луксозна услуга и същевременно да допринесем за подобряване на екосредата в големия град. Нашите автомобили са уникални от гледна точка на намалените въглеродните емисии“, обяснява Красимир Киряков, съсобственик в „Грийн такси“. Изборът на колите пада върху Toyota Prius, тъй като именно тази японска компания има най-дълга история в производството на хибридни автомобили и предимството им е безспорно. Близко 15 години моделът е в експлоатация, той се усъвършенства непрекъснато и вече са постигнати достатъчно добри показатели. Двигателят е с нисък разход на гориво в градска среда, където задръстванията са обичайни. Ето защо в София 100 км се изминават средно с 5 л бензин. Колата е голяма и комфортна, което я прави подходяща за висок клас обслужване. Автомобилите са чисто нови. И дори само този факт е достатъчен, за да са пред-



СИМАР КРАСИМИР СВРАКОВ

Красимир Киряков,
съсобственик в „Грийн такси“:

Хибридният автомобил е икономичен и екологичен

Електромобилът все още не е подходящ за такси, тъй като има много технологични ограничения. Батерията трябва да се зарежда, а все още липсва такава инфраструктура. Самото зареждане отнема доста време и едно такси не може да си позволи такава пауза. Затова хибридният автомобил е най-добрият вариант. Освен всичко зареждането на батерията на хибрида не изисква ток от мрежата. Конструкцията е такава, че всякаква вид енергия, която се отделя при работа на колата, влиза в батерията, използва се дори и кинетичната енергия при натискането на спирачките.



Бизнесът на зелената верига ще расте с премерена стъпка

почитани, макар цената да е малко по-висока от другите вериги.

С уверена крачка

Всеки, който е ползвал зелено такси, иска да го поръча отново, но проблемът е, че автомобилите са твърде малко, за да се отговори на търсенето. Не се случва често при стартирането на един бизнес интересът да е толкова голям, че да е трудно той да бъде посрещнат, но „Грийн такси“ се радват на нарастваща популярност.

В момента компанията разполага с четири автомобила, които създават имидж на марката. Те се движат из столицата и все още предизвикват изненада, тъй като са изключение на цвета, имат всички други атрибути на едно такси.

В края на април „Грийн такси“ ще разполага с 14 автомобила, а до края на тази година колите ще са 24. Бизнес планът предвижда да се расте с премерена стъпка. „Това е нов тип услуга, която изисква пазарът да се тества. Насочихме се към работа основно с корпоративни клиенти, а когато автомобилите станат повече, съответно ще расте и броят на компаниите, които ще може да ползват този зелен транспорт“, поясняват инвеститорите.

Началото

Неотдавна няколко ентузиастични решават, че кризата е добър момент за стартиране на нов бизнес. Търсейки подходяща дейност, към която да се насочат, забелязват, че зелените таксита в България са неразработена ниша.

Какво е да си пионер в един бизнес? „Вълнуващо и интересно е, но има трудности, затова нашата политика е „внимателно да разгръщаме тревата, преди да стъпим“ и растежът да е контролиран, като се основаваме на реалните резултати от дейността. Ако изведнъж направим голяма инвестиция, рисковете са по-големи“, споделя Красимир Киряков.

Колите са брандирани от „Тойота“, така е постигната оптимална цена на лизинга. Инвеститорите са подписали и споразумение с един от мобилните оператори да подкрепят зелената инициатива. Така само в тези екотаксита по време на пътуването може да се ползват таблет с безплатен интернет достъп.

Конкуренция

Очаква се в новооткритата ниша да влязат и други. Но в „Грийн такси“ не се плашат от появата и на други зелени таксита. В момента обхващат толкова минимална част от пазара, че дори да се появят още компании, конкуренцията само ще е здравословна. Статистиката сочи, че около 4 хил. са регистрираните таксита в София. Ако за две години колите на „Грийн такси“ станат 40, това ще е само 1% от общия брой.


За разлика от другите вериги „Грийн такси“ не дава колите под аренда на шофьорите, а контролира тяхната експлоатация. Така ръководството ще следи за качеството на обслужване, а и внимателно ще подбира водачите, тъй като изискването към тях е прецизно да следват концепцията „Грийн такси“. Селекцията на

кадрите изисква добра преценка на личните и професионалните качества на шофьорите, предизвикателството да се намерят точните хора ще расте с увеличаване броя на колите. Неизменно обаче ще се изисква голям опит зад волана, висока култура на обслужване, безупречно отношение към клиентите. Скоро водачите ще са с униформи, което е още един задължителен елемент от бранда „Грийн такси“.

Плюс-минус

Зеленият цвят в момента е единственото предимство, което законодателството дава на екотаксита. Скоро ръководството на компанията заедно със свои съмишленици ще поставят пред Столичната община аргументирани предложения за стимулиране при използването на екологичен транспорт, така че и физически, и юридически лица, които карат хибриди или електромобили, да ползват облекчения.

В Лондон, където е твърде скъпо да влезеш с кола в центъра, се плащат 9 паунда на ден такса задръстване. Там и паркирането е много скъпо, електромобилите обаче са освободени и от тази такса. Използването на екологичен транспорт може да се насърчи чрез подходящи промени в някои данъци и такси, но тази крачка тепърва да се направи.

Зелените таксита тръгнаха първо в София, но и други големи градове гледат с интерес към луксозната бутикова услуга. Затова „Грийн такси“ обмислят франчайзинг на своята концепция. 



„Дом за ангели“ е умението да създаваш и да опаковаш приказки

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Вчера е история, утре е загадка, а днешният ден е дар. Хубаво е, когато очакваме приятни изненади, но е важно да благодарим за всеки ден, който минава. Уроците на живота не бива да се подценяват, те трябва навреме да се учат...

Този есенция поднася Илиана Иванчева, докато си говорим в нейния „Дом за ангели“. Какво е това ли? Галерия, музей, магазин... Просто „Дом за ангели“, защото друго такова място няма. Та къде другезде изпълняват желания, сбъдват мечти и говорят толкова специално за съществуването на нещата?

„Няма отговор защо нарекох така това място. То просто слезе като име. Моите ангелите са изработени от ръка и предават любов.“ Във всичко, което създава, Илиана влита много положителни емоции. И ако е ангел, стига да вярваш, стига да имаш нужда, той би ти помогнал.

Началото

Всичко става изведнъж. Преди това учила сценография, а после мода, работила като барман и именно зад бара усвоила умение-то да разбира хората. Това били просто едни стъпала към нейното собствено намиране.

Сега има „Дом за ангели“, две деца и мъж, който дава свободата ѝ. „Когато носиш нещо в себе си и искаш да се изразиш, то няма как да не се случи. Всичко е във времето, на този етап правя ангели от метал, хартия, цветя, тел, преработвам рамки и мебели.“

Красотата е навсякъде – във всеки предмет и в мястото, което му е отредено, в изказа, в докосването с добре подбраните думи, в настроението, което те оставят, в желанията, които предизвикват. А дори и в краткото описание на дейността: „Различен гъх от всеки сезон за всеки празник и за важен ден, с вашия разказ и моята приказка

Къде се сбъдват желанията



ще създадем история и усещане за красиво. Само пожелај.”

Клиентите

„Дом за ангели” е живият контакт с клиента. Очи в очи Илиана опитва да разбере неговото желание и заедно с него да му придаде форма и съдържание. Хората, които идват при нея, търсят онова, което се случва само тук. Има много шарени поръчки. Наскоро дошъл човекът, който казал: Искам черен ангел! „Но моля те, трябва да ми помогнеш да разбере защо черен. Нека с теб да създадем историята за черния ангел.” Убедила го да има и бял ангел, за да свържат деня и нощта, светлото и тъмното, за да се получи нещо благо.

Всеки, който влезе в тук, е посрещан и изпращан с добра дума. И няма значение какъв звяр е той. Досега Илиана е отпратила само двама, недоизлекувани от яростта, която няма контрол.

Обратната страна на монетата

„Дом за ангели” е контрастът на всичко друго, той е доброта. Всичко се опакова на ръка, а хартиеното цвете е съпътстващият аксесоар. Към подаръка може да има свитък с послание. От Илиана ще научите колко е хубаво да се дарява. Но най-големият дар за самите вас ще е, когато видите радостта в очите, която пламва, след като дадете подаръка.

Ако имаш нещо красиво в дома си и сутрин като отвориш очи, да си кажеш ”Колко е хубаво...”, значи денят ти става прекрасен.

Присъствието

Илиана е твърде възискателна към човека, който ще е като нейна дясна ръка. Сега ѝ помага едно момиче, а преди това е имало друго, с което се разделили. Отишла в Германия. „Все още боледувам за нея, защото стана камериерка. Но тя получи свободата да открива себе си в различни ситуации. Всеки трябва да преминава своя



път, не може да го вържеш, когато крилете му летят.” Сега новата сътрудничка се учи в „Дом за ангели” и знае, че и тя един ден ще си тръгне оттук със завиден багаж.

Илиана вече два пъти е правила избор на свой асистент в работата. Първият път минали десетина кандидати, възложила им да скроят хартиено цвете за опаковка. Безпогрешно разпознала момичето, което търси. „Когато има някой до мен, той трябва да е моето огледало. Трябва да има разбиране и толерантност във всяка ситуация. Да сме приятели и всеки да получава достойното за себе си.” Сегашната ѝ помощничка се появила по предложение на предишната и това спестило много емоции.


Новата реалност

Когато отворихме магазина, тук влизаха хора, които сравняваха: „Намирам се във Франция”, „Сякаш съм в Италия”. А аз от

8-годишна не съм ходила в чужбина. Първото ми излизане беше наскоро в Германия. Там хората дори и да са легени, имат грижата, обичат зеленото... Не съм виждала Италия, но тя ме съблазнява и се страхувам да не остана там завинаги. Париж за дължително трябва да се види. Набеля-

зала съм и още 3-4 дестинации, но винаги времето ме е притискало, за мен е трудно да се откъсна от работата, споделя Илиана. Друга странност е, че не докосва компютър, макар „Дом за ангели” да има страница във Фейсбук.

Живеем в много материален свят и дори приказките струват пари. Но те са ценни, защото, измислени от стопанката на „Дом за ангели”, създават нова реалност.

Илиана Иванчева има какво да разкаже и на вас. Трябва просто да влезете в магазина на ул. „Паренсов” в София. И само от вас зависи да е от сърце... 

Как историята оживява



Пари за археология и реставрация се намират по-лесно, когато има иновативен подход в проектите, уверяват от фондация „Америка за България“

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Инициатива, въображение и настойчивост – това са трите кита, върху които се опира успехът на всеки проект и от които зависи културният туризъм да има по-добро бъдеще в България. Това смята Ленко Ленков, програмен директор във фондация „Америка за България“.

Години наред се говори как културният туризъм има огромен потенциал за развитие. На всяка крачка има археологически забележителности и паметници на културата, които си струва да се видят. По-голямата част от тях обаче не са в добро състояние и са необходими много инвестиции за реставрация, консервация и поддръжка, за да са обект на туристически интерес.

Културният туризъм

е фина територия и всичко, което



Блясъкът и величието на старопрестолния Преслав в 3D вариант през погледа на ученици от Шумен

се прави, трябва да е добре премислено. Историческата ретроспекция може да отведе в праисторическо време, в Античността, в Средновековието или в по-ново време, а може да е и пътешествие в историята на виното или на българската национална кухня, но да е погнесено по възбуждащ начин. Това все още не се случва така масово, както би могло да се прави. Промяната може да става с малки стъпки в правилната посока. Общините имат свои възможности и свой принос. В момента безспорно най-сложният проект, който се ползва с подкрепата на Столичната община, е за реставриране и експониране на разкритите археологически останки от антична Сердика и за превръщането на софийското ларго в пространството между Министерския съвет и президентството в културно-историческа забележителност. При строителството на административните сгради през 50-те години една част от артефактите са били унищожени, другите просто са били затрупани.

Пловдив също е град, който живее върху своята гревна история – най-старите следи са от XII век пр. н. е. Има много културни пластове, появяват се нови и нови находки. Един от интересните обекти в

Града на сегемте тепета

който първа ще се покаже в своя блясък, е т. нар. Малка базилика на бул. „Мария Луиза“. За осъществяване на проекта за консервация, реставрация и експониране на археологическия паметник „Раннохристиянска базилика от Филипопол и приобщаване на крепостни стени с кула от II-IV век към комплекса“ през 2010 г. е подписан договор между Министерството на културата, Областната администрация на Пловдив и фондация „Америка за България“. Реставрирани са 150 квадратни метра мозайки от подовата настилка на Малката базилика, които ще бъдат поставени на оригиналното си място след изграждането на специална покривна конструкция. Тук ще има и малък



Наесен Малката базилика ще привлича туристи в Пловдив, обещава Ленко Ленков

културен център.

„Римският Пловдив е уникално място. Там има стадион, театър, градски площад, общински съвет, частна римска къща, базилика и всичко това е на десетина минути пеша от центъра на Пловдив. Има запазен римски гарителски надпис, който пази имената на хората, с чиито средства са изградени мозайките. Еленче, което пие вода, две птички, които също пият вода от фонтан, е типичен сюжет за ранното християнство, алегория за душата на посветения в новата религия, който утолява жаждата си. Тези сюжети са запечатани върху мозайки в Италия, но след около половин година, когато се очаква проектът да бъде завършен, ще ги видите и в Пловдив”, разказва Ленко Ленков.

Внимание заслужава още един проект, финансиран от фондация „Америка за България”. Преди време у доц. Стойчо Бонев се ражда идеята за дигитална възстановка. Заедно с директора на Археологическия музей във Велики Преслав Александър Горчев, който вече е кмет на града, привличат Клуба по виртуална археология в Природоматематическата гимназия „Нанчо Попович” в Шумен, за да осъществят това пътешествие във

Втората българска столица

Предложението получава финан-

сиране от фондацията и така в компютърен 3D вариант оживяват блясъкът и величието на старопрестолния град. Под ръководството на преподавателите Свилен Русев и Виолета Маразова е създаден 15-минутният филм, наречен „Десети век. Царският дворец във Велики Преслав. Площадът с фиалата”. В средновековната българска архитектура площадът с фиалата няма аналог. В центъра му е било разположено водно огледало, изработено от фин мрамор и варовик. Пространството се дооформяло от изящни каменни сгради, сред които и малка църква. Днес са останали само руини, но дигиталната визуализация връща времето назад. Филмът е преведен на английски, немски, френски и руски език, така светът може да усети великолепието на Симеоновата столица, чийто блясък е сперничел на Константинопол.

„Младите хора свършиха работата по най-добър начин, и най-важното – направиха



Статуята на Септимий Север е била взривена при пожар по време на нашествията на готите в средата на III век. Запазени са само главата и дясната ръка на императора

продукт, който се търси

Филмът се продава, туроператорски фирми имат силен интерес към него, настояват и за други такива технологични продукти. Ние не сме в състояние да отговорим на всички предложения, но това, което ни привлече в идеята от Велики Преслав, беше участието на учениците. Ако не бяха включени, а Археологическият музей беше поискал средства, за да си направи


филм, нямаше да подкрепим проекта. Младостта и опитът в едно се оказаха предложение, на което не можахме да устоим. Това според нас е успешната формула”, обяснява Ленко Ленков.

Фондацията подкрепя Американския изследователски център в София, който дава малки грантове за разкопки и за музейни експозиции, за съхраняване на ценни археологически паметници. Такива средства са отпуснати за възстановяването на римския и ранновизантийски град Никополис ад Иструм, който е на около 20 км северно от Велико Търново. Градът е основан от римския император Марк Улпий Траян (98 – 117 г.) в чест на победата му над даките (106 г.). С подкрепа на Американския изследователски център в археологическата база в Дебелт до Бургас са реставрирани ценни паметници, намерени при разкопки преди 20-ина години. От пращните кашони блесва уникална скулптура –

бронзова глава

на Септимий Север, първият император от династията на Северите. Друг грант е за колекция в Историческия музей „Искра” в Казанлък, отпуснати са и средства за епископската резиденция в Червен. Още няколко проекта ще получават финансиране за провеждане на разкопки, за развитие на музеите, за обогатяване на експозициите, за консервация и реставрация на паметници.

Това е национално богатство, важно за поколенията, то е и икономически ресурс, казват от фондация „Америка за България” в отговор на въпроса защо подкрепят проекти, свързани с културно-историческото наследство на нашата страна. Фондацията обаче не финансира бизнес начинания, а само се стреми да подпомага подобряването на условията за развитие на културен туризъм.

Пари се намират, когато има иновативен подход в проектите за археология, реставрация и консервация. Освен от фондация, средства може да бъдат привлечени от европейските програми, от гържавния и общинските бюджети, бизнесът също може да подкрепи интересните предложения. Въображение, инициатива, участие на младите хора... и гревната история може отново да оживее в наши дни. 

Джоанна Димитрова: Всеки прави път на този, който знае къде отива

Разликата между държавната и частната сфера е в липсата на поемане на отговорност, но ще променим това, заканва се финансовият мениджър на НКЖИ

ТАНЯ КИРКОВА

Успехът за всеки е различен. За мен е да започнеш от единия и да стигнеш до другия край на една цел. Но важно е и какво искаш да постигнеш и как го постигаш. Аз се чувствам успяла, защото постигам резултати, към които се стремя и очаквам. Смятам че когато има положителна цел и резултат, когато има постигане, това е успех към дадения момент по пътя към целта. Така Джоана Димитрова определя своето разбиране за успеха и това, с което се занимава. Амбициозната гама управлява финансите на намиращото се в трудно, но подобряващо се положение гържавно предприятие НКЖИ (Национална компания „Железопътна инфраструктура“).

„Като финансист за мен е важно целите да се постигат с финансовите параметри, които си поставил”, казва Димитрова и бърза да уточни, че се гордее с екипа си в НКЖИ. Компанията става все по-стабилна, казва тя и определя този успех не само като свой, а и на специалистите по счетоводство, анализи и управление на активи. „Заедно ние имаме много добър успех за 2010, а през 2011 г. НКЖИ приключва само с 3 млн. лв. задължения, при 45 млн. лв. към 31 декември 2009 г. Към първото тримесечие на 2012 г. „Железопътната инфраструктура” няма да има просрочени задължения. Ще бъде финансово стабилна компания, което е значителен успех. До три

години НКЖИ трябва изцяло да се ориентира към пазарно мислене и процесите и дейностите да се извършват така, че да се повиши ефективността и да се увеличи интензитетът на използване на гържавната собственост.

В момента жп линиите, съоръженията и гаровите развиятия и автоматизации са остарели и не можем да изискваме да получим максимума от тях. Те са на ниво отпреди 10-15 години от гледна точка на нуждите и задоволяване интересите на бизнеса, признава Джоана и веднага поставя целите. Инфраструктурата да се модернизира, технологията да се обнови, да се подобрят дизайнът и локацията на обектите, за да се предоставят възможности за развитие на бизнеса.

Заради недостиг на финансови средства в момента това е невъзможно да се постигне изведнъж. Причината е, че ресурсът, който се предоставя и се влага, трябва да бъде краткосрочно възвръщаем. „Не можем да обещаем пред министерството на финансите и пред гържавния бюджет, че в момента, в който те отпуснат необходимите средства, ние в кратък срок ще ги върнем. Инвестициите в инфраструктура са дългосрочни, ще ги правим стъпка по стъпка, използвайки средства от европейските оперативни програми и от продажбата на неоперативни активи. А НКЖИ ще получи възвръщаемост от увеличаване на използването на инфраструктурата



© АНТОН ЧАЛЪКОВ

от бизнеса, от наеми и такси за съоръженията”, обяснява стратегията си финансистката.

Опитът

Преди да поеме управлението на финансите и активите на НКЖИ, Джоана Димитрова е работила преди всичко в частния сектор, в сферата на корпоративни финанси и търговията, на стратегическото и инвестиционно управление и в инвестиционните продажби. Работила е и за измъкването от тежко финансово състояние на компании чрез дълбоко реструктуриране на дейности, „което е правено стъпка по стъпка и те са изправяни на крака.”

В частния бизнес е малко по-лесно от гледна точка на управлението. Първо, има ясни цели, второ - всички служители знаят с какво са ангажирани, какво трябва да постигнат в края на даден период и че ще получат своето допълнител-



но материално стимулиране само и единствено при изпълнението им. Докато в държавната сфера има цели, които за съжаление се бавят във времето...

Питам я как ще се промени лентаргията в държавните жп фирми?

„О, много бързо се променя. Сменяйки правилата на играта, сменяйки вътрешнофирмените правила за срочност и отговорност. Когато хората знаят, че този модел е въведен някъде и е успешен, те са много гъвкави и бързо се настройват. Въпросът е да се зададе ракурсът на управление, което направихме в НКЖИ”, е убедена Джоана Димитрова.

Тя разказва, че сегашното ръководство на компанията от края на 2009 г. е сменило и приоритизирало целите, определило е какъв трябва да бъде имиджът на компанията и е заложило 3-годишни до 5-годишни цели под формата на ясни бизнес планове - какво следва да бъде направено по тримесечия.

Вече се търси отговорност за срокове, за забавените процеси и несвършени дейности. Хората знаят, че ако се забавят, ще бъдат санкционирани. А ако извършват поставените задачи в срок, с повишена ефективност и правилно, ще получат премии след 1 юли, когато в НКЖИ ще бъде въведена система на заплащане според труда.

В компанията, в които съм работила, като цяло са имали ясна визия за бъдещето, ясни пазарни маркетингови цели, които са преследвали, и всеки собственик е прецизирал финансовото си състояние. Имал е собствена визия къде желае да отиде, как желае да се развива. Ние като директори и мениджъри сме били длъжни да отведем компанията там, където бихме искали тя да стигне. Заемали сме определени позиции, защото сме оправдавали доверието на собствениците, без значение кои са те. Защо това да не се случи и в държавната НКЖИ?”, обяснява

директорът.

„Управлението се извършва по един начин, средствата са едни, без значение е дали инвеститор е държавата или частно юридическо или физическо лице”, заключава Димитрова.

Тя е убедена, че българите сме умен и кадърен народ. Но хората трябва да се организират екипно и да преследват точно целите, които всеки един поставя за себе си. Обединявайки ги в общата цел, тя става по-лесна за постигане.”

Нейна настолна книга е „Психология на влиянието” на Робърт Чалдини. „Ако нямаш добра психологична нагласа да познаваш естеството на бизнеса и хората, с които комуникираш, е много трудно да влезеш в полемиката на определен разговор и конфликт и да излезеш с добро решение от него.” За финансиста е важна логиката. Ако нямаш стратегия, се получава една възторжена безпътница, която не води доникъде. Вървим нанякъде, но се изгубваме в превода. Не знаем точно къде.”

Стресът

- Не се ли чувстввахте по някакъв начин изгубена, когато дойдохте в НКЖИ? Неплатени заплати, заплаха от стачка, огромни задължения, липса на пари... Слязохте на гъното от погрешения свят, в които сте била...

- Стресът през първите две седмици не може да се опише. Той беше не от конкретно събитие или действие, а от това, което виждаш, това, което чуваш, и това, което заварваш като физическо и финансово състояние, като взаимоотношения между колеги, права и отговорности, документи и краен резултат. За мен да вземаш решение за нещо, което не можеш да спазваш като финансов срок за заплащане, е най-малкото нелогично. Аз лично никога не бих поела такъв ангажимент за нещо, освен ако то не е на лизинг, чрез кредит или чрез отложено плащане, което знаете, че за инфраструктурата не е желателно и няма логика да се прави. Принципът е строги финансови правила и жесток финансов ред при

разходите, паралелно с ежемесечен контрол на приходите.

Всяко решение, процедура или поет ангажимент извън рамката на бюджета поражда гестабилизация на финансовото състояние. Вкъщи не е логично да харчим повече, отколкото имаме, не виждам защо в сферата на управлението, без значение дали държавно или частно, нещата биха излизали извън своята финансова рамка, освен ако не е обезпечена с допълнително финансиране от някъде - от частен инвеститор, от частна инвестиционна или лизингова институция, при което обаче има гаранция че финалът ще бъде положителен с одобрено финансиране. Другото нещо, което ме удиви, беше тоталната липса на поемане на отговорност. Разликата между държавната и частната сфера е в липсата на поемане на отговорност. За мен в България всеки, който извършва определено действие или поема ангажимент за извършване на работа, трябва стриктно да стои зад думите и действията си и зад резултата, който ще се получи. Не виждам смисъл да си тръгваш от работа в 17.00 часа без никаква удовлетвореност, без никаква ефективност сам за себе си. За мен това е безцелно съществуване и безцелен живот.

Примерите

В работата си тя се опира на примера от житейския и професионален път на личности като Дейл Карнеги и Ли Якока. „Ли Якока поема „Крайслер“, когато компанията е на гръното и я оставя като работеща, стабилизирана финансово компания. Той работи само срещу 1 долар, докато изведе дружеството на печалба, за да докаже на работниците, че вярва в компанията, която се е ангажирал да реструктурира и да вдигне на крака. Тоест невинаги финансовият успех се съизмерва с успеха да видиш след себе си плода от труда си от гледна точка на това, което си замислил като стратегия”, обяснява Димитрова.

Хората трябва да бъдат допъл-

нително обучавани и квалифицирани, е убедена Джоана. „В НКЖИ отделяме средства за преквалификация и обучение на кадрите и в момента имаме инициатива за изучаване на допълнителни чужди езици, за да може всичките наши специалисти максимално да участват във всички работни групи към ЕК и ЕС и да се разшири компетентността на хората в жп сектора. Тогава делегирането на отговорности и правомощия не е формално. Не можеш да делегираш права на човек, който не е готов и подготвен да ги поеме и да носи отговорност за действията си!“



© ТАНЯ КИРКОВА

Семейството

Семейството заема много важна част в живота на Джоана Димитрова. „Родителите ми са вярващи хора и са ме възпитали в дух на стожерство. Убеждението ми, че семейството е в основата на всичко, е толкова важно, колкото е било важно и за моите дядо и баба, за моите майка и баща. В момента се надявам да успея да възпитам сина си и за него то да бъде най-важната основа, върху която да стъпи.

Радостта и щастието идват, когато освен че си добър в работата и допринасяш за просперитета на компанията, си такъв и в личния живот - полезен и можеш да даваш на хората около себе си топлина, семеен уют, комфорт, добър дом. За мен семейството е и нещото, кое-

то оставаме след себе си, нашият почерк, нашето име и това, с което ще бъдем запомнени.“

Затова Джоана има свое и на семейството си лично пространство, за което се стреми да осигури време. Любимите ѝ занимания са спортът, картините, посещения на изложби, изкуството, часовете, които прекарва със сина си и със съпруга си. Колекционира картини от млади български художници, изкуството преди всичко трябва да се подкрепя. Спортува. Занимава се с модерен балет и физически упражнения за тонус.

Баща ѝ я запалва по бадминто-

Финансовият мениджър на НКЖИ има амбицията да направи по-ефективно дружеството, което стопанисва жп линиите

на. „Успехите си в този спорт дължа на моя баща, който е любител бадминтонист. На 11 години бях добър завършен бадминтонист, на ниво, за което България може да се гордее. Считам го за интелигентен спорт, спорт на мисленето“.

Баща ѝ бил локомотивен машинист през целия си трудов живот, майка ѝ и двамата дядовци също са работили в Български държавни железници. Случайно или не, Джоана Димитрова продължава традицията и железничарската съдба на фамилията като директор „Финанси и управление на собствеността“ в Национална компания „Железопътна инфраструктура“.

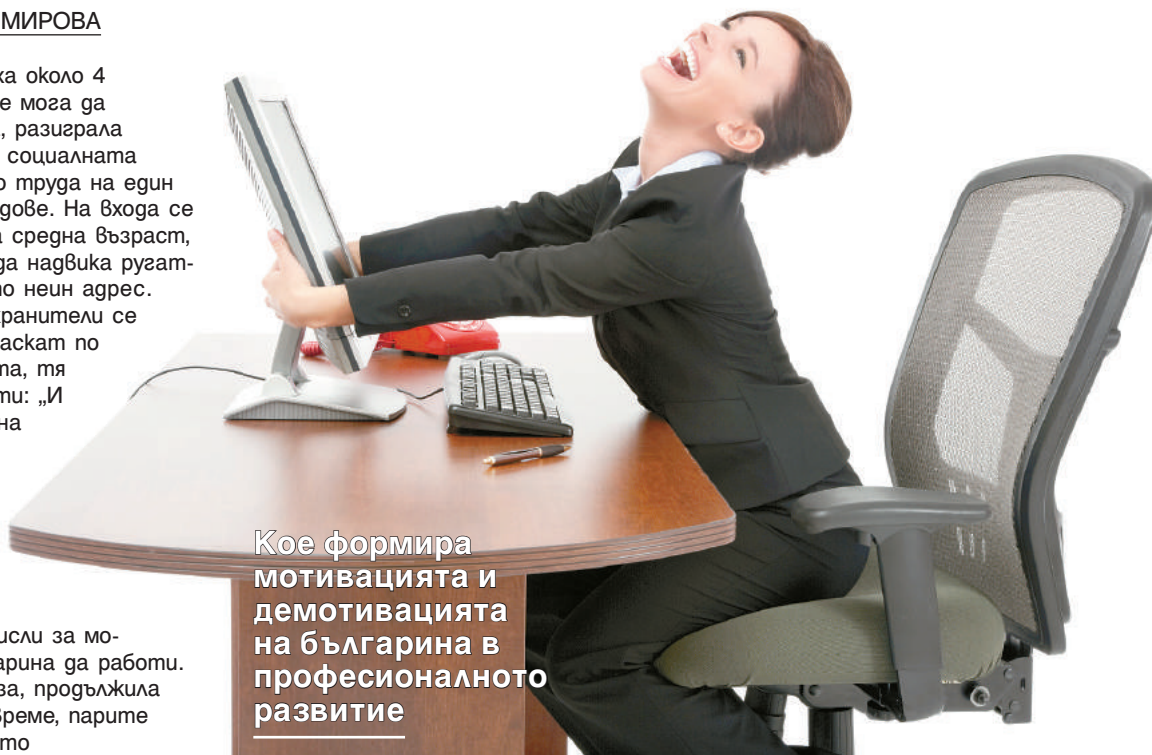
МИГЛЕНА КРАСИМИРОВА

Въпреки че минаха около 4 години оттогава, не мога да забравя една случка, разиграла се пред очите ми в социалната служба и бюрото по труда на един от областните градове. На входа се сблъсках с ромка на средна възраст, която някак съумя да надвика ругатните на охраната по неин адрес. Докато двамата охранители се опитваха да я изтласкат по стълбите на улицата, тя изкрещя няколко пъти: „И аз като тех искам на бюро да седим!“

Простичкото желание на тази жена, която вероятно трудно може да си напие и името, ме навежда на някои мисли за мотивацията на българина да работи. В условията на криза, продължила безпаметно дълго време, парите за чисто физическото оцеляване на индивида определено са един добър мотив. Хората обаче имат и други изключително важни потребности: от власт, постижение, уважение, сигурност, обвързване. Много често, за да постигнат тези свои потребности, те не се спират пред нищо.

В последно време масово работодатели се оплакват от липса на мотивация у служителите и работниците им – и настоящите, и бъдещите. Воят за масовата демотивация като че ли надмина оплакванията за несъответствието между образование и реални потребности на бизнеса. Много фирми, дори предприемачи, взеха да пишат концепции за мотивация. Повечето от тях обаче нямат нищо общо с действителността и нуждите на хората и са базирани предимно на наказанието и в по-малката си част на поощрението.

Мениджърите, от които зависи сплотеността на екипа, често не разбират потребностите на отделните хора и крайният резултат е тежест във фирмата. А подходът на един управител трябва да е в голяма степен базиран на психологията. Стратегията му трябва да е да разбере какво прави хората, които работят за него, мотивирани, продуктивни и ефективни. Така много по-лесно ще могат да направляват (и контролират) човешкия интерес, за да постиг-



Кое формира
мотивацията и
демотивацията
на българина в
професионалното
развитие

ЧОВЕШКИЯТ ФАКТОР

нат фирмените цели.

Що е то мотивацията

Мотивацията – това е силата, която кара хората да постъпват, да действат и да се отнасят към нещо или някого в различни ситуации и обстоятелства по начин, който те сами избират.

Мотивацията - това са целите и причините, поради които хората правят своя избор на поведение и определят действията си.

Мотивацията е и мисловният процес, посредством който хората формират поведението си, за да постигнат определени цели.

Мотивацията всъщност е един цялостен процес, в който енергията генерира човешкото поведение и го канализира и поддържа, така че индивидът да постигне целите си. Енергията – това са потребностите, очакванията и желанията, а решенията и действията са това, което канализира поведението.

Мотивацията може да се поддържа с различни класически техники: т. нар. дизайн на труда (характер и съдържание на работата, поставяне на цели, очаквани крайни резултати,

комуникациите в процеса на работа, насърчаване на труда и интегриране на личните потребности и цели в процеса на работата и целите на организацията), формирането на възнаграждението, непрестанната комуникация.

Много фирми са успели да „открият“ даже топлата вода – нестандартни методи за мотивация, сред които шефовете от време на време да вършат по-нискоквалифицирана работа и да са близо до персонала, осигуряване на различни социални придобивки за служителите (като фитнес център, детски център и т. н.), дялово участие на служителите във фирмата, бонуси за прослужено време без инциденти и грешки, възможности за дистанционна работа, допълнителен платен отпуск за изследователска работа или за упражняване на хобито и други подобни.

Три са основните фактори, при спазването на които мениджърите могат да разчитат на висок ентусиазъм у служителите и работниците: равнопоставеност (уважение на положението и справедливо заплащане), постижения (удовлетвореност от постигнатите резултати и признание) и атмосфера (позитивни взаимоотношения на работното

място, без интриги и формиране на групи, както и откритост в общуването на всички нива).

Мотивация и демотивация

Истината е, че работодатели и ръководители всъщност изобщо не трябва да мотивират служителите си. Особено при постъпване на работа те са достатъчно ентузиазирани и изпълнени с енергия и идеи. Фокусът трябва да бъдат демотивиращите фактори и намаляването на тяхното пагубно въздействие.

Мотивацията може да се прекъсне като процес по всяко време и при всякакви обстоятелства, но най-вече когато ръководителят не осъществява обратна връзка, не проверява как са постигнати целите, не контролира, не организира и най-вече - не комуникира с хората.

Ако един управител е отделил достатъчно време да разбере и да опознае неговия екип, тогава е лесно да намери това, което мотивира хората и като група, и индивидуално. Проблемът е, че много мениджъри пренебрегват тази страна на бизнеса – страната на човешкия интерес.

Резултатите от не едно и две проучвания показват, че добрите мениджъри създават екипи, посветени на работата си, а лошите – текучество. Повечето служители и работници не напускат, защото са недоволни от компанията, а от прекия си началник. Управленските умения на ръководителите са тези, които пряко влияят на степента на удовлетворение на служителите, а това на свой ред се отразява на качеството на свършената работа.

Признанието за добре свършена работа е основният фактор, който влияе на степента на удовлетворение на служителите, като е нужен добър баланс между моралния и материалния му израз. Обратната връзка и подкрепата от страна на мениджърите също са сред водещите фактори за определяне на професионалното самочувствие. Заплатата, бонусите, условията на работа, възможностите за повишения и социалните придобивки също са важни за служителите.

Липсата на мотивация може да отразява и някакви конфликти на работното място. Добро решение на

този проблем би бил един целенасочен тимбилдинг и поставянето на общи задачи за преодоляване.

Поколенията

Според Томчо Томов, ръководител на Националния център за оценка на компетенциите към Българската стопанска камара (БСК), фактор за мотивация или демотивация в работната среда е и поколението, към което принадлежат работниците и служителите. Представителите на различните поколения всъщност се стремят към едни и същи неща, но виждат света по различен начин. Затова не е рядкост млади хора да напускат бързо работа, тъй като не могат да се впишат в екипа, и обратното.

Томов разделя участниците в българския пазар на труда на 4 поколения. Поколението на традиционалистите са родените през 40-те години на XX век, които работят, за да оцелеят. Те се гордеят с професията си, впечатляват се от авторитети, рангове и институции, лоялни са, ценят практическия опит и доказаната професионализъм, държат на яснотата и морала във взаимоотношенията, а напускането на фирмата за тях би означавал пълен крах. Тези хора се влияят от традиционни материални стимули и морални отличия и признание и се стремят да оставят професионално наследство след себе си. Мотивират се от интереса към работата и професията и изпитват удоволствие от постигането на положителен резултат и заслужени приходи.

Вторият тип поколение е това на растежа (родените през 50-те и 60-те години). Това са хора, които са натоварени с много ангажменти и малко лично време, не рискуват с честа смяна на работата. Те са амби-

циозни и се стремят към сигурност и стабилни и високи доходи, както и към висок професионален статус. Стремят се да правят добро впечатление и да влияят на мнението както на ръководителите, така и на колегите си. За тях е важно ръководителят да е „свой човек”, независимо дали е професионалист. Мотивират се основно от материални доходи, власт и популярност и нерядко са готови на компромиси с ценностите си, ако от това ще имат реална полза.

Третият тип поколение са децата на прехода (родените през 70-те години). Те са гъвкави, прагматични и адаптивни, не се обвързват с една фирма и държат на личния си живот и свободата си. Залагат на сигурна кариера, а не на сигурно работно място. Стремят се да имат опит в престижни организации и инвестират в развитието си. Мотивират се от възможности за обучение, ако то ще допринесе за „преносимост в кариерата” - добро CV, придобиване на опит и квалификация, която е ценена и от други работодатели, за да постигнат високо качество на живот и благополучие.

Последното поколение са децата на хилядолетието, които са родени през 80-те и 90-те години. Те са мобилно и практично поколение, но напускането на работа за тях често е въпрос на настроение. Готови са да усвоят няколко професии, ориентират се в голям обем информация и с лекота превключват от една дейност към друга. Държат на високо заплащане, но и на смислеността на работата. Искат да работят в среда, която им харесва и могат свободно да се забавляват, очакват работата да е разнообразна и увлекателна. Освен това те си създават свои лични стандарти, независими от груповите представи и



изискванията на фирмата.

Практиката показва, че успешният екип се гради не на базата на изолацията на поколенията, а на съчетаването на особеностите на всяко едно от тях. Колкото по-добре мениджърът разбира уникалната комбинация от фактори, които мотивират всяко поколение, толкова по-добре ще координира усилията и стремежите и ще управлява поведението на различните хора в екипа си.

По български

Погрешно е да се смята, че българинът, който е налегнат от безпаричие и битови проблеми, работи само за пари и си затваря очите за всичко останало. Резултатите от редица проучвания показват, че работниците и служителите на първо място очакват оценка и признание от страна на фирмата за работата, уменията и приноса.

На второ място идва заплатата, която трябва да съответства на образованието и професионалния опит. Българският пазар на труда изобилства от примери, където в едно предприятие всички получават еднакви или почти еднакви заплати, което рано или късно води до силна неудовлетвореност у човешкия ресурс и разрыв на отношенията. Да не говорим за дисбалансите в заплащането на квалифицираните и неквалифицираните кадри в някои икономически сфери. Справедливостта в случая не означава да има за всички поравно, а на всеки да се заплаща според „заслугите“ – образованието, заеманата позиция, отговорностите и натоварването.

Важни за хората са също така ръководителите. Основните изисквания



към тях са да бъдат компетентни и отговорни и да имат авторитет. Следват сигурността на работното място, дружелюбните и отзивчиви колеги, възможностите за развитие, редом с които идват повечето отговорности, но така, че работещият да се справя с натоварването.

Хората също така търсят възможности за обучение, перспективи, добри условия на труд, адекватно работно време. За младите специалисти или за новопостъпилите е изключително важно да бъдат адекватно въведени в работата, защото в противен случай се стига до напрежение и напускане на работното място.

Също резултати от различни проучвания показват обаче, че най-висока е степента на неудовлетвореност на хората от заплащането. От една страна, този проблем идва от наложения имидж на България като дестинация за евтина работна ръка. От този образ на страната ни успешно се възползват както чужди, така и български фирми.

От друга страна, кризата, освен че е сериозен проблем за една част от бизнеса, за друга е прекрасно оправдание за иззеждане на хората при ниски заплати и влошени условия на труд.

Трето, българският пазар е прекалено малък и вътрешното търсене – силно отслабено. Освен това икономиката ни изобщи не е с висока добавена стойност, която би могла да носи повече доход, който да се разпределя на работещите и оттам да се повишава

стандарта на живот.


И отново да се върнем на демотивиращите фактори, свързани с неразбирането на потребностите на работната сила от страна на ръководните фактори. В нашата страна те може би са водещите за демотивацията на човешкия ресурс, но наблюденията и практиката показват, че на пазара на труда всички тези фактори действат съвкупно.

Сигурно е едно: справедливостта при управлението на човешките ресурси се възнаграждава. Ощетените откъм справедливост хора са непроизводителни и неудовлетворени, което е само в ущърб на бизнеса.

Естествено хората като горепосланата дама са изключението от пазара на труда. Стремежът към висок статут на живот без оглед на познанията и уменията, както и на положените усилия в работата, не са явление, характерно само за нашите географски ширини.

Не е рядко явление хора от малцинствата, трайно безработни или хора без никакви трудови навици да се записват на различни квалификационни курсове към бюрата по труда, за които има щедро еврофинансиране, само за да получават някакви средства. Този процес обаче би трябвало да се контролира от бюрата по труда и да се налагат и съответните санкции при доказани злоупотреби.

Нека обаче не забравяме и друго: манталитетът е много важен. Митът за българското трудолюбие се разбива на пух и прах от един - единствен израз, който съм чувала дори от близки роднини по права линия: „Учи, баба, та да не работиш!“ Като че ли образованието в близкото минало беше издигнато в култ и виждано като пътя към мързеливото добруване.

Българинът масово като че ли не е осъзнал, че колкото по-висшестоящ си, толкова повече отговорности носиш. И че сегенето зад бюро, въпреки че не изглежда да е трудно като копането на нивата, може да бъде много по-тежко. 





УМ

Мисловните карти са графичен инструмент и метод да станете по-ефективни в личния си живот и в бизнеса, да помните повече и по-лесно, да правите въздействащи презентации

КАТО ШВЕЙЦАРСКО НОЖЧЕ



Петър Шарков и Антон Ценов са отличен тандем като инструктори по мисловни карти

В метростанция във Вашингтон самотен музикант настройва цигулката си и започва да свири. Изпълнява пиеси на именити композитори, сред които Крайслер, Шуберт, Масне и Бах. Край него минават много хора, без да му обърнат внимание. Едва на десетата минута спира едно 3-годишно момче, но майка му го дърпа. То не ще да си тръгне, жената обаче не го оставя. Това се повтаря с още няколко деца. Никой така и не разпознава легендарния цигулар Джошуа Бел, който свири на своя „Страдивариус“. А само дни преди това неговото име пълни залата на Бостънския симфоничен оркестър, където добрите места са по 100 долара. Експериментът в метрото още веднъж показва, че животът ни е станал спринт, в който не забелязваме значимото, и не е ли по-добре вместо да се оставим течението да ни влечи, да знаем кога да спринтираме в марафонското бягане? Но кой ли е начинът да отделим същественото и да държим под контрол важните неща, които предстоят...

Мисловните карти са ключ към неограничените възможности на нашия ум. Този модел за повишаване на ефективността служи като компас в океана от свръхинформация. Негов създател е британският психолог Тони Бюзан, разработил методиката за запомняне, творчество и организация на мисленето, наречена „мисловна карта“ (mind map).

От птичи поглед

Парадоксът е, че колкото повече знания и опит натрупва всеки от нас, толкова повече креативността му намалява и толкова по-неефективно използва своя ум. Така мозъкът се превръща в гремещ гигант. Мисловните карти са начин да го пробудим и да ускорим мисловната дейност, затова днес те са визуален инструмент, който според проучванията се използва от над 250 млн. души по света. Чрез тях само на един лист хартия може в концентриран вид да изразим есенцията на голяма по обем информация, уверяват Петър Шарков и Антон Ценов, управляващи съдружници в Mind Mapping и лицензирани инструктори. При изработването им и дясното, и лявото полукълбо на мозъка са провокирани да работят, тъй като се използват едновременно глуми, изображения, числа и цветове. В тези нови „матрици“ се вкарва голямо количество информация и така тя може по-лесно да бъде разбрана, осмислена и запомнена.

Мисловните карти показват както цялата картина, така и детайлите. Подходящи са за организиране и структуриране на данни и факти, за генериране на идеи, за разработване и управление на проекти и на широк спектър от дейности, за въздействащи презентации.

Пишейки линейно, стимулираме



Петър Шарков:

Математиката разви логическото ми мислене, анализа, а също организацията и оптимизацията на процесите. Но след като открих мисловните карти, у мен се случи миниреволуция, защото установих, че мога да рисувам, да пиша текстове и да се изразявам добре. Тези умения загъло бяха блокирани вероятно защото са ми внушавали, че това не ми се удава.

работата на лявото полукълбо, където са цифрите, гумите, погледеността, логиката и анализът. Дясната половина на мозъка отговаря за абстрактното и творческото мислене, цветовете, ритъма, въображението, пространствената ориентация, а също и за мечтите. Когато генерираме идеи и пишем линейно, работата на това полукълбо е потисната. При изработването на мисловните карти, където се ползват цветове и картинки, се стимулира активността и на двете полукълба. Затова се счита, че използването на мисловни карти е твърде ефективен похват, който бързо дава видими резултати.

Лицензирани инструктори

„Попаднах на мисловните карти

В началото на 2011 г. Разбрах, че са създадени от британеца Тони Бюзан, и се уверих, че методът му е наистина уникален и позволява да се подобри начинът на мислене. Оказа се, че неговата книга „Твоят ум може всичко“, която е основният му труд по този въпрос, дори е преведена на български“, разказва Петър Шарков. Заедно с Николай Андонов и Антон Ценов се запалват по идеята за използването на мисловните карти у нас, навлизат бързо в тематиката и дори правят местно обучение в студентския Клуб по предприемачество Start It Smart, в който тримата са част от ръководството. Резултатът е обнадяващ, затова загълбават в тази проблематика и бързо стигат до идеята да създадат свой бизнес. Така основават фирма Mind Mapping, в която стават съдружници. За да са сигурни, че ще предлагат качество на световно ниво в

обученията, посещават курса за лицензирани инструктори в Амстердам, който самият Тони Бюзан води. Там получават базовите познания за експерти в сферата на креативността, за обучители по мисловни карти, научават се да ползват и софтуера за изработването на тези карти.

Началото

Мисловните карти се зараждат през 60-те години на миналия век. Когато бил втора година студент, Тони Бюзан усеща, че изнемогва под товара на огромното количество информация, и отива да потърси в библиотеката книга за мозъка с цел да открие техники за по-лесно запомняне. Библиотекарят го насочва към щанда с медицинска литература. След като уточнява, че не иска да оперира мозъка си, а да го използва, се установява, че подобна книга няма. Бюзан е смаян от този факт, но бързо осъзнава, че именно липсата на такива изследвания може да се окаже негово скрито предимство. Започва да търси отговор на редица въпроси: кой е ефективният метод за учене, каква е природата на мисленето, кои са начините за запомняне и за бързо четене. Така се ражда методът на мисловните карти, които бързо намират широк приложение. Те имат голям потенциал за използване дори в бизнеса. Затова вече е създаден и софтуер,



Кой ще направи най-високата пирамида от спагети

с него може да се направи всичко, което иначе може да се нарисова на ръка.

Неизползван потенциал

Има два вида хора. Едните са организирани и подредени, но не могат да избягат от собствените си рамки. Другите постоянно раждат идеи, но са непоследователни и не постигат големи резултати. След като се научат да изобразяват идеите и целите си, първите стават по-изобретателни, а вторите по-успешно структурират плановете си, установяват от Mind Mapping.

Хората са най-важното в една компания. За да станат по-ефективни, първото, което може да се подобри, е начинът им на мислене. Когато един проект е много голям, всеки прави нещо, но няма представа каква част зависи от него. С една мисловна карта лидерът на проекта може за кратко време да запознае екипа със заданието и с основните задачи и да разпредели отговорностите. Така всеки ще има поглед върху цялото и върху детайлите, ще знае крайната цел и сроковете. Основната документация също може да минава през мисловни карти. Огромните текстове отблъскват, те отнемат много време да бъдат прочетени и анализирани и затова на помощ идва визуализацията.

Картиране

„Представете си карта на град. Заменете центъра с ключовата си идея, която искате да осъществите. На мястото на главните булеварди подредете основните си мисли и сложете по-маловажните цели там, където са второстепенните улици. Ако нарисувате и картинки, те ще са вашите „забележителности“ по пътя на мисълта“ – това е най-краткото описание, което инструкциите от Mind Mapping дават за направата на мисловните карти.

Организации като Toyota, Microsoft, NASA, Walt Disney, IBM, US Air Force, Rolls-Royce, United Nations са интегрирали мисловните карти в своите процеси. Един от добрите примери на Тони Бюзан е от практиката на Boeing – веднага след като компанията преминава към използването на мисловни карти, само по един проект са спестени

Приложения

✓ Когато стартират своята компания и създават мисията, виждането за развитието и бизнес модела на Mind Mapping, при стъпките за регистрацията, но и във всяка следваща крачка Николай, Петър и Антон ползват този визуален инструмент.

✓ Никой от Mind Mapping не би могъл да си представи ежедневието и работата си без мисловните карти. Когато организират времето си, планират задачите и разпределят отговорностите, мисловните карти са техният най-верен помощник.

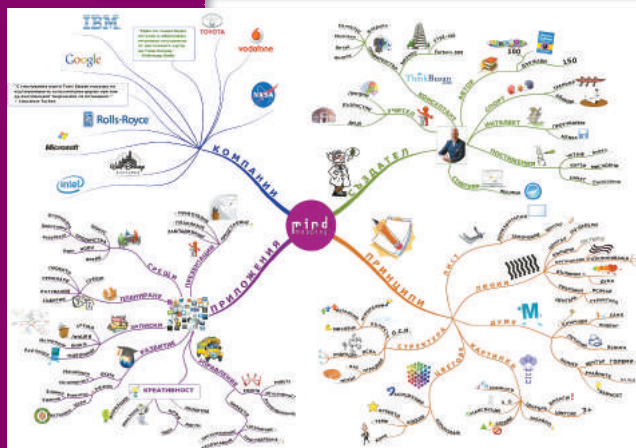
✓ Разработването на обучението по мисловни карти, техните цели, дизайн и обхват, както и самото презентиране по време на тренингите не минава без този модерен инструмент за визуализация и управление.

✓ Ползват мисловни карти при разработването на нови проекти и при организирането на събития, както и за генериране на нови идеи. В момента нямат записки, които да водят линейно. Навикът да използват мисловните карти вече е тяхната втора природа.

✓ Мисловните карти са сугестопедия в писането. С тях се постига баланс между логиката и творчеството, между точността и изкуството. Те позволяват да се забавляваме, докато ги правим и ползваме, уверяват младежите от Mind Mapping.

около 10 млн. долара заради по-голямата организация и надеждността в предаването на информацията. Скъсен е и срокът за изпълнението му.

Мисловните карти увеличават продуктивността. Те се възприемат лесно от всички, които са отворени за новостите. Ако хората осъзнаят какъв уникален компютър имат в главата си, те ще се стремят да го използват по-ефективно. Открием ли „наръчника“ за употреба на ум, може да постигнем неподозирани резултати. Гении като Леонардо да Винчи и Анщайн



Мисловните карти може да се правят със софтуер

са умели да разгърнат своя потенциал. И в момента се правят анализи на запуските на тези велики хора с цел да се разгадае формулата на успеха им.

Експертиза

Тримата основатели на Mind Mapping са 23-24-годишни. Но познанието не е въпрос на възраст, а на експертиза. Те са отделили много време, за да постигнат този напредък, а и не спират да се учат. Младостта не само не е порок, тя е предимство, защото имат усет за проблемите, умеят да мислят и да намират решения. За тях за всеки проблем се крие нова възможност. Те носят силата на промяната.

В Mind Mapping вече са се убедили, че повечето хора са склонни да въведат новост само ако са сигурни в нейния ефект и имат видимо доказателство за това. Ето защо амбициозните основатели на компанията се стремят да намерят реален измерител на ползите от мисловните карти и да открият нови приложения отвъд досега известното.

Навлзаме в ерата, когато вече не е ценно само да имаш знания, тъй като информацията е на два клика разстояние. В Mind Mapping вярват, че напред ще печели онзи, който най-добре умее да работи с нея.

bull trend
brokerage



НАШИЯТ БИЗНЕС

ЕВАШИЯТ РАСТЕЖ

Централен офис

ИП "Бул Тренд Брокеридж"

Телефон: +359 2 815 56 60; +359 2 815 56 66

Факс: +359 2 815 56 65

Адрес: София 1000, ул. Златен рог №12, офис 2

E-mail: bulltrend@bulltrend-bg.com

"Бул Тренд Брокеридж предлага търговия с ценни книжа,
консултации, управление на активи и решения за вашите инвестиционни намерения"

Lord of The Chefs

Иван Райков е като Lord of The Chefs въкъси. Приготовянето на различни деликатеси е неговата страст. С продуктите, които внася, прави кулинарни експерименти, като ползва опит от най-именитите готвачи у нас. С холандско сирене приготвя госпатска пъстърва, която сам лови. Риботовът е другото му хоби, с което „зарежда батериите“.

Иван Райков разказва как малката семейна фирма Fiveri порасна за 20 години

ГУРМЕ

Пълнена пъстърва с гауда

За предпочитане е госпатската пъстърва. Рибата се обезкостява и се осолява. В нея се настъргва гауда, добавя се пасиран копър и чесън, а счуканите орехи ще придадат изтънчен вкус. Пъстървата се увива във фолио и се пече на скара.



Паниран камембер



Камемберът се нарязва на тънки филийки. Лентичките се овалват в брашно,

после в разбито яйце, след което се покриват със смес от смян корнфлейкс и кокосови стърготини. Пържи се на силен огън. Сервира се със сладко от боровинки.

Снаряди от сирене

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Холандски кораби ползвали питите сирене като снаряди за корабните оръдия, гласи легендата. Вярно или не, но е факт, че сиренето от град Едам е твърдо и с кръгла форма, наподобяваща снаряд. В миналото сиренето се е правело в специални гървени форми, като по време на войни и бунтове те често били ползвани като шлемове от местното население. Затова холандците били наричани от своите противници „сиреняви глави“. През XIV в. поради голямата му трайност и вкусови качества сиренето от Едам става много популярно както в родината си, така и в чужбина. Гауда е не по-малко известно и носи името на града, в който е създадена неговата технология. Първото документирано споменаване на това най-старо сирене е още през 1184 г. Трето по популярност е Маасгам, чието производство започва в едноименното село през XIV в. Тази интересна история на трите вида холандско сирене научаваме от Иван Райков, който е техен вносител у нас.

Кой кой е

Фирма „Костадинов - Райков Фивери“ ООД е основана през 1991 г. Занимава се с търговия на млечни продукти повече от 20 години. Тя е вносител и дистрибутор на марките Friso (Холандия), Bergader (Германия), Alpenhain (Германия), Rupp (Австрия), Debic (Белгия), Castelli (Италия), Santorel (Франция), а напоследък прави внос и от Англия. Fiveri работи с почти

всички търговски вериги на територията на страната, както с хотели, ресторанти и кетърингови компании. Към 40-45% от вносните млечни продукти във веригите са наша доставка, изчислява Иван Райков.

Двамата с неговия съдружник Венцислав Костадинов създават компанията през лятото на 1991 г. Занимавали се с български млечни продукти, имали мангра в с. Долни Вит на р. Дунав, но бизнесът вървял трудно и се насочили към внос на млечни деликатеси. „Успяхме да култивираме вкус към различното, макар на българската трапеза неизменно да присъстват бяло саламурено сирене и кашкавал. Светът динамично се променя и е нормално хората да опитат и храната на Стара Европа“, казват от Fiveri.

Търговски нюх

Своя търговски нюх той и съдружникът му Венцислав Костадинов развили, като започнали първо с продажби на прес-тижния бул. „Витоша“. После минали през борсата в Илиянци, като постепенно изместили фокуса към млечните продукти. Оцелели като по чудо в унищожителния период за бизнеса през 1996-1997 г. „Имаше дни, в които противно на икономическата логика печелехме, когато не работехме - спомня си Райков. - Точно по това време се насочихме към внос. Беше като скачане в студена вода. Казвахме си, че или ще свикнем и ще се научим да плуваме, или ще се удавим.“ По пътя на опита и грешката успели да наме-



© АВТОРЪТ

Иван Райков кани да опитате „зелените снаряди“ на щанда на Fiveri в Централните хали в София

рят добрата формула, чрез която малката семейна фирма на двете фамилии „пораснала“ и вече е с над 35 души персонал.

За да привлекат нови клиенти, правят промоции и дегустации. Сега с радост приемат появата на специализирани магазини, в които млечните продукти са на почит и в които клиентът може да опита, преди да направи своя избор. Но си дават сметка, че големите обороти са в големите търговски вериги.

Добър търговец е този, който продава повече. Трябва отлично взаимодействие с партньорите, както и разбиране към онзи, който има временни затруднения. Междуфирмената заглъжнялост е огромен проблем, но спреш ли някому гоставката, той спира да работи, а ти губиш пазар. Затова е по-добре да му се помогне да изплува, смятат във Fiveri.

Клондайк е отдавна забравен, тогава са вагели пистолета, а сега „стрелбата“ става чрез гуми и между двата бряга на интересите търсим пресечната точка, гласи философията на търговеца Иван Райков.

Де е България

България не успя да създаде свои


именити марки млечни продукти, които да са разпознаваеми в Европейския съюз. Пари и пазари са двете основни препятствия, които Иван Райков вижда в невъзможността да наложим наше сирене и кашкавал зад граница. Необятните руски пазари бяха лесно предадена позиция. Имаме предприятия, които изнасят за Европа, но в тях обикновено се работи с малко производителни машини, което качва себестойността на продуктите. Не умеем да продаваме така, че срещу ниската степен на промишлена обработка да получим по-висока цена.

Суровината става все по-голям проблем в България, тъй като създаването на ферми изисква голяма инвестиция, каквато е по силите на малцина. Суровото мляко се набавя трудно, често е в недостиг, а освен всичко е с непостоянно качество. Но неумението да правим реклама на произведеното в България е въпрос не само на пари. На шведската маса в олинклузива по нашето Черноморие вместо българско сирене и кашкавал се предлагат по-евтини заместители, произведени основно в южната ни съседка. Ако тук чуждестранните туристи остават очаровани от вкуса на българското, те и в родината си щяха

да го търсят.

Уроци

Учат се всеки ден, контактът с големите вериги също им помогнал да станат по-умели търговци. Европейските фирми, с които продукти търгуват, също им дават рамо, не пестят и добрите съвети. Така двайсет години след началото предимството на Fiveri е в големите обеми и в отличния екип.

Какви са поуците на Fiveri от кризата? Образно казано, забелязали, че минералната вода в бензиностанциите е по-скъпа отколкото в магазините. Научили се да смятат по-добре и да вървят по острието на бръснача, защото дамклевиат меч на фалта виси над тях. Повярвали, че ниши се намират, стига да ги търсиш. В кризата самите те съзрели възможност и развили нов канал на Fiveri за дистрибуция ХоРеКа - предлагат на хотели, ресторанти и кафетерии различни видове сметана, както и други млечни деликатеси от своята листа. Кризата ще си отиде, когато хората започнат по-смело да пазаруват. Дали защото идва краят на света, или защото колкото по-малко харчите, по-малко ще получавате, но трябва да развържете портфейла, препоръчва Иван Райков. 

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Вероятността кредитните карти да останат в миналото става все по-голяма, тъй като настъпва ерата на мобилните транзакции. „Това са електронни плащания, също както с банковите карти, но се прескача размянето на пари под формата на банкноти и монети. Разликата е, че разплащанията се извършват с помощта на смартфон, снабден с технологията NFC (Near Field Communications)”, обяснява Светослав Молдовански, изпълнителен директор на Първа инвестиционна банка.

Безконтактните плащания вече не са в сферата на мечтите или добрите пожелания и се увеличават банките, които предлагат услугата. Чрез иновативната технология доближаваме момента, в който портфейлът ще се превърне в излишна вещ, а банковата пластика ще има антикварна стойност. NFC е стъпка в тази посока и комбинира усилията на гигантите в технологичната индустрия и мобилните оператори. Тя позволява сигурен обмен на информация на малки разстояния. Две устройства комуникират на език с огромно технологично богатство и се открива изключително широк хоризонт от възможности. В комбинация с функционалността на „умните телефони” NFC революционализира почти всички действия, които извършваме - от достъпа до информация до разплащанията.

Безконтактно с PayPass

Българските картодържатели биха искали да използват безконтактни плащания на най-разнообразни места, показва проучване на MasterCard. То се проведе в края на миналата година сред 800 активни картодържатели - представителна извадка за градското население на възраст от 18 до 64 години. Резултатите на MasterCard Bulgaria 2011 показват, че динамичният начин на живот на българите ги прави все по-отворени към използване на лесни, спестяващи време и удобни форми на транзакции.

Като алтернатива на разплащането в кеш за ежедневни

покупки потребителите у нас вече ползват системата PayPass. Нейното основно предимство е, че се приема в близо 350 000 търговски обекта в цял свят. Според статистиката 30% от PayPass транзакциите у нас се извършват в бензиностанции.

Една четвърт от картодържателите в България биха искали да използват PayPass като начин на разплащане в супермаркети, 7% в градския транспорт и 2% дори на щандовете за вестници. За 15% от притежатели-

трансфери. Запитани кое устройство биха предпочели да използват за спестяване на време, докато заплащат с PayPass, 35% от българските картодържатели посочват мобилния си телефон, за 5% това е ръчният часовник, а 3% са склонни да ползват своя ключодържател.

Банката Влиза в GSM-а

Първа инвестиционна бан-



Ползваме мобилните телефони като кредитна карта

те на пластики между 18 и 34 години услугата представлява интерес, ако се ползва в таксата. Любопитна тенденция е, че повече български жени изразяват готовност да заплащат чрез безконтактни технологии в супермаркети. Допълнителна опция към разплащателната карта на MasterCard PayPass е, че тя може да бъде свързана към телефон, ключодържател, стикери или други устройства за мобилни

ка предложи PayPass Maestro и PayPass MasterCard в началото на 2011 г. и обектите, в които се ползват такива карти вече са над 750. Ползването е лесно - картата се докосва до специален PayPass терминал, а за покупки на стойност под 50 лв. не е нужно въвеждането на PIN код.

За три месеца потребителите на мобилното банкиране, което предлага „УниКредит

Начини за плащане

Мобилен телефон	Безконтактни устройства	Компютър	Кредитна /гевитна/ карта от магазин	Пари в брой	Чекове
Русия (31%)	Русия (12%)	Великобритания (78%)	Великобритания (92%)	Великобритания (95%)	
Турция (13%)	Турция (10%)	Холандия (78%)	Франция (87%)	(87%)	GB (56%)
Испания (11%)	Испания (9%)	Германия (70%)	Испания (87%)	Холандия (87%)	Италия(39%)
Холандия (8%)	Холандия (9%)	Франция (64%)	Турция (82%)	Германия (87%)	Испания (14%)
Италия (8%)	Германия (9%)	Турция (62%)	Италия (69%)	Русия (86%)	Германия (6%)
Германия (7%)	Италия (6%)	Испания (60%)	Русия (64%)	Франция (83%)	Турция (4%)
GB (6%)	GB (5%)	Италия (57%)	Германия (56%)	Италия (82%)	Русия (4%)
Франция (4%)	Франция (4%)	Русия (49%)	Холандия (43%)	Турция (81%)	Холандия(4%)

Източник: проучване „Tech Nation“ на MasterCard

Булбанк”, са над 2000, а до края на годината се очаква те да надхвърлят 15 000, прогнозираха от финансовата институция, ръководена от Левон Хампарцумян. За първи път у нас системата не е свързана с конкретен мобилен оператор, модел или марка телефон. Тя е универсална, защото е приложима за над 1200 модела мобилни телефони, които имат интернет достъп. Чрез системата „Булбанк Мобайл” се предоставя информация и възможност за извършване на плащания в лева през BISERA и RINGS, вътрешно-банкови плащания в лева, обмяна на валута, както и възможност за създаване или използване на образци от „УниКредит Булбанк” онлайн. За олимпийските игри в Лондон се изгражда цялостна система за разплащане с телефон. Така ще могат да се правят резервации и да се плащат билети за транспорт или културни събития.

„В началото на лятото ще предложим иновативни услуги в сферата на мобилните плащания чрез NFC комуникации в близък обхват”, информира Владимир Буюклиев, изпълнителен директор на „ЦЕЛУМ БЪЛГАРИЯ”. Дружеството е учредено от Корпоративна търговска банка в края на 2011 г. за търговия чрез мобилни устройства и безконтактни транзакции. „След тестването на системата за сигурност потребителите ще получат евтин и надежден про-

дукт”, посочва той.

2 В 1

Според търговския директор на Visa Европа Стивън Пери България е най-развиващият се пазар и няколко банки са готови да въведат безконтактните плащания. По гумите му ще е възможно да се правят и преводи за суми до 2000 евро от картата на мобилния телефон към друг абонат, чийто мобилен номер е запааметен. „В няколко страни тази технология е въведена експериментално и аз се надявам в България също да имаме възможност съвсем скоро да я предоставим на клиентите си”, обяснява Стивън Пери.

Компанията за картови разплащания MasterCard също планира да осъществи трансфери между крайните потребители чрез мобилни телефони. Тя обяви своята програма „Mobile Money Partnership”, която ще позволи на 2,5 млрд. „зле обслужвани от финансовите услуги” клиенти в целия свят да получат достъп до мобилни транзакции. В началото на проекта ще се пуснат предплатени карти, които се приемат навсякъде, където се плаща с кредитна карта на компанията. В MasterCard планират и възможност за плащания на гоставчици, които нямат традиционен MasterCard терминал и да включат над 200 оператора по целия свят. Това ще направи услугата достъпна за 1 млрд. потребители. Прогнозата е, че с най-голям потенциал са развиващите се пазари, където малко

хора имат банкови сметки, но седем от десет потребители притежават мобилен телефон.

Потребителите на индустрията за разплащания днес търсят скорост, удобство и съответно най-желаните решения за плащане са тези, които обхващат всичките три изисквания, и идеалните решения са тези, които в допълнение са винаги „под ръка”, обяснява Габриел Гита, мениджър „Бизнес развитие” за Централна и Източна Европа на MasterCard Europe. Няма по-добър пример за такъв инструмент като мобилния телефон. Превръщането на технологиите за разплащане в мобилни позволява бързи, сигурни и удобни плащания навсякъде и по всяко време и предоставя на потребителите възможността да управляват своите финанси според начина си на живот. Като се има предвид това, не е учудващо защо мобилните телефони имат толкова силен потенциал да се превърнат в най-мощния инструмент за разплащане.

Хората навсякъде по света показват нарастващ интерес за плащане чрез своите телефони. В България безконтактните плащания с технологията MasterCard®PayPass™ са вече факт от повече от година благодарение на Fibank. Те създадоха основата за пускането на безконтактни плащания чрез мобилния телефон, които ще бъдат въведени в сътрудничество между MasterCard, Fibank и Mobiltel.

Надпревара



Информационните и комуникационните технологии у нас

България е трета в Европа и пета в света в използването на високоскоростен интернет. Това стана заради българска иновация, която предизвика революция в достъпа ни до глобалната мрежа. Ако се използваша съществуващите западни технологии, цената щеше да е непосилна за нашия джоб. Българските специалисти обаче създадоха нова технология, която е над 15 пъти поевтина, като същевременно беше постигната значително по-добра скорост и по-висока надеждност. В последното десетилетие това е добър пример за наш технологичен пробив, без който интернет нямаше да постигне толкова голямо проникване в страната.

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Като Барон Мюнхаузен секторът на информационните и комуникационните технологии (ICT) в България сам се хвана за косите и се издърпа нагоре. Това се дължи най-вече на човешкия талант, който до голяма степен остава недоизползван, казват от бранша. Факт е, че за развитието на високите технологии преди демократичните промени бяха положени огромни усилия от гържавата и така се създаде качествена информационна инфраструктура, натрупан бе опит в технологичното образование. Това спомогна за появата на критична маса качествени IT специалисти, много от които през годините създадоха собствени фирми, конкурентни на глобално ниво, обясняват от Българската асоциация на софтуерните компании (БАСКОМ).

Последните „помощи“ към IT сектора свършиха на 10 ноември 1989

г. След това имаше „черна гупка“, през която голяма част от добрите професионалисти заминаха на Запад, а от средата на 90-те години IT индустрията започна бавно да се възражда, докато днес тя генерира над 10% от БВП на страната. Този сектор е с най-голям експортен дял, а вече е ясно, че износът на продукти и услуги с висока добавена стойност ще даде възможност за растеж на българската икономика, посочва председателят на БАСКОМ Георги Брашнаров.

Развитие

Очаква се и през тази година ICT фирмите с експортна компонента в портфолиото си да имат ръст в приходите, тъй като външните пазари са в процес на развитие. Българските технологични компании са конкурентни като цена и качество и затова финансовите им резултати вървят нагоре.

ПО НАЙ-БЪРЗАТА ПИСТА

Все по-често се появяват приложения, които са Made in Bulgaria. Сред добре познатите примери у нас е паркирането с SMS.

Накъге

България би могла да създаде свой почерк в IT индустрията, а не само да разчита на аутсорсинг. Редица от най-успешните компании вече го правят. Но за да може целият сектор да има висок отскок, е нужно не от утре, а „от вчера“ да е започнало обучение на повече кадри за този най-динамично развиващ се сектор. „Ако у нас за една година можем да подготвим 3 хил. специалисти, то в Китай само на едно място и само за една вечер могат да ги наемат. Затова в България трябва да се стремим към бутикови решения, а не към аутсорсинг, тъй като не можем да мерим ръст със страни като Индия и Китай“, смята Петко Карамочев.

От чисто финансова гледна точка повечето компании все още предпочитат да работят на аутсорсинг, тъй като този бизнес е доходоносен в рамките на своя риск, докато при бутиковия подход има много повече неизвестни. Днес сме привлекателни в аутсорсинга, но следващата стъпка трябва да е свързана с превръщането на идеите в иновации. Това ще позволи един ден, когато аутсорсингът се ориентира в груга посока на света, българските ICT компании да имат алтернатива, съветват от високотехнологичния клъстер.

За IT бизнеса все по-малко е от значение къде физически се намира компанията, а и заради информационните технологии всички индустрии революционно се променят. Така се отварят нови ниши за този бизнес, тъй като чрез използването на технологичните достижения другите сектори могат да станат по-конкурентоспособни, което увеличава търсенето на IT продукти и услуги.

Порастване

Софтуерната индустрия в България си спечели добро име и е разпознаваема по света. „Вече е време

реализират над 10% от brutния вътрешен продукт

Нашите IT фирми работят в широк диапазон от пазарни сегменти, те развиват продукти и услуги в някои от най-иновативните сфери на софтуерните разработки – мобилни приложения, семантично търсене, бизнес софтуер и бизнес интеледжънс, социални мрежи, системи за обединени комуникации. Броят на компаниите също расте, но няма точни данни за размера на този бизнес. Важна особеност е, че се наблюдава хоризонтално развитие на високите технологии във всички индустрии и сфери на дейност, навсякъде се създава IT отдели, чийто размер зависи от големината и профила на организацията. Над 20 хил. души са заетите във фирмите, които предлагат IT услуги, но ако се добавят и всички други IT специалисти, броят им надхвърля 100 хил. души. Около 5 хил. са добрите софтуерни разработчици, за сравнение в съседна Румъния броят им е приблизително същият, при положение

че населението е 4.5 пъти по-голямо, изчисляват в БАСКОМ.

Между Сцила и Харибга

„Фактът, че си в IT сектора, сам по себе си не те прави успешен, а е нужно да си конкурентоспособен. Преди години лесно се намираха клиенти с големи бюджети, сега ситуацията е различна - търси се максимална ефективност и по-добра цена“, обяснява Петко Карамочев, управляващ съдружник в MagicSolutions.

Компаниите трябва да са на върха на технологиите, да ги познават достатъчно добре и да ги прилагат успешно. Надпреварата обаче се измества на бързата писта за създаване на изцяло нови технологии. Новаторските разработки гълтат много ресурс и за тях трябва да се намери подходящ клиент. С развитието на мобилните комуникации

да спрем да сме просто работници на някой следващ инвеститор, а да сме партньори, но за да стане това реалност, са нужни друго качество отношения и друго качество работещи”, настоява Георги Брашнаров.

България няма големи природни ресурси, нито огромно количество работна ръка, но не липсва изобретателност и гъвкавост на индивидуално ниво. Ако към това се прибави и национална политика за насърчаване на ICT сектора, може да се постигне значим индустриален и търговски успех.

Сред страните от Евросъюза България е единствената, която няма оперативна програма за научни изследвания и образование. Въпреки че досега липсва институционална подкрепа, най-добрите ICT фирми със собствени сили съумяват да се държат на високо ниво. Но ако имаше система за насърчаване, финансовият резултат на този сектор би бил много по-голям.

Размерът има значение

Няма българска IT компания, която да има годишен оборот над 100 млн. лв. Колкото и да са големи, те имат проблем да наскочат себе си и да станат корпорации. Това означава да променят начина на управление, на работа и на привличане на хора. „Очакванията ми за бъдещето на IT сектора са положителни, но моята положителност свършва на 100 млн. лв.”, коментира Виктор Манев, управляващ съдружник в ММС. Според него най-важният въпрос е как нашите IT фирми да станат паневропейски и ориентирани към повече износ. Руският капитал например става ключов фактор в ICT сектора. Инвестират също във Фейсбук и Туитър и в технологии, свързани с интернет. Ако секторът иска да расте, вниманието трябва да се насочи и към привличането на световни инвеститори, смята Манев.

В Силициевата долина има пари, готови да подкрепят всяка лудост, стига тя да обещава пазарна реализация, и затова там се създава световната технологична мода. У нас финансиране трудно се намира,

особено когато става дума за стартиращи иновативни фирми. Въпреки всичко индивидуалните проби не са невъзможни, но шансът за успех би бил далеч по-голям, ако е създадена благоприятна среда, която да насърчава развитието.

Малко са заетите в този сектор, но като относителна тежест гелът им непрекъснато се увеличава. Един работещ в IT сферата плаща поне 5-6 пъти по-високи данъци от средните за страната, казват от бранша, вместо да дават други подробности за възнагражденията. Заплащането в сектора расте, като цяло поради конкурентността на пазара за кадри има постоянен инфлационен процес. Но парите не са единственият мотиватор, така че компаниите започват да обръщат голямо внимание на аспекти като фирмена култура, атмосфера на работно място, междуличностни отношения, баланс между работата и личния живот.

Хоризонт

Софтуерният бранш тепърва ще играе ключова роля в сегменти

като управлението и автоматизацията на бизнеса, взимането на по-добри и навременни управленски решения, електронното управление, мобилните и онлайн разплащанията, електронното здравеопазване, развлеченията, контрола на достъпа и т.н. Едва ли има сфера, която скоро няма да бъде сериозно повлияна от информационните технологии. Същевременно ежедневната поява на нови иновативни сегменти (например мобилните разплащания, комуникациите „машина – машина”, управлението на програми с глас и жестове) позволява на практика всеки малък екип от програмисти да се превърне в успешна бизнес организация, „яхвайки” следващата пазарна тенденция, коментират от БАСКОМ. Големите изгради при мобилните платформи и социалните мрежи полагат усилия, за да привлекат повече независими разработчици и създават необходимата инфраструктура за направа, тестване, маркетирание и продажба на приложения от външни фирми.

Възможностите са неограничени, а колкото до предизвикателствата – може би най-сериозното е

свързано с липсата на достатъчно квалифицирани кадри. По данни на фирмите, членуващи в БАСКОМ, ако те гнес можеха да разполагат с толкова кадри, колкото са им нужни, обемът на бизнеса им щеше да е двойно по-голям. Така че на този етап проблемите не са в откриването на клиенти и на бизнес възможности, а в намирането на достатъчно квалифицирани специалисти, които да участват в реализирането им.

Едва ли има сфера, която скоро да не е сериозно повлияна от информационните технологии, твърди председателят на БАСКОМ Георги Брашнаров



Елена Маринова,
президент на „Мусала Софт“:

Сверяваме часовника си с няколко идеи напред

IT индустрията в България, особено софтуерната и BPO (Business process outsourcing) частта ѝ, имат добре диверсифициран профил. Както от гледна точка на сектори, в които работят клиентите, така и географски. Налични са и различни типове организации – от собствени центрове на мултинационални компании през смесени дружества до чисто български компании. Тази пъстрота помогна на сектора сравнително успешно да преминава през кризата.

В световен мащаб има недостиг и тенденция на увеличаващо се търсене на качествени специалисти и компании в IT. Така че е нормално и в България да има ръст, тъй като тук е на лице добър човешки ресурс, включително мениджърски, както и доказали се компании на международните пазари. Не бива да се подценява липсата на безработица в сектора през последните 6-7 години, а също прогнозата за по-малко IT специалисти, завършващи висшите учебни заведения през следващите години.

Състезанието е глобално

и иновациите - технологични, процесни, управленски - са начин на живот.

В „Мусала Софт“ се водим от принципа „Трудното правим веднага, невъзможното ни отнема малко повече време“. Това е свързано с проява на безспорен професионализъм, качествен екип и неизчерпаемост на иновационните идеи. Вече 12 години сме на пазара. Времето не е много, но не е и малко, особено в IT сферата, където най-новата технология е вече „остаряла“ на следващия ген. Развиването на специализации, експертизи, сверяването на часовника е задължително условие в бранша. Стараем се дори да преместяваме стрелките с няколко идеи напред.

Български фирми предлагат продукти и услуги в почти всички сектори, но има нарастващо профилиране – технологично, индустриално, географско. В „Мусала Софт“ например имаме няколко основни направления, в които сме инвестирали години наред и продължаваме да надграждаме като интеграционни решения, Business Intelligence

(с допълване на analytics и predictive analytics напоследък)... През последните години развиваме с голяма скорост мобилните решения, където имаме няколко продукта – за мобилни брокери, за медиуми, образователни детски игри и приказки на български. Неизчерпаема е темата за това дали „мишката ще изяде книжката“ и дали ерата на компютрите се заменя от пост-PC епоха. Факт е, че все повече неща в ежедневието ни - работа, търговска дейност, информационна справка или дори запазване на час във фитнес зала - са свързани с мобилните телефони и удобствата, които те предлагат.

Водим се от принципа „Трудното правим веднага, невъзможното ни отнема малко повече време“

гат. В България все още не е натрупана необходимата критична маса от устройства, но до година - две и това ще се случи.

Усеща се

нуждата от непрекъсната иновация

при нарастващо динамичен и високотелен пазар. Потребителите очакват гобавена стойност от всеки продукт и услуга, до която имат достъп. Именно тук технологиите помагат изключително силно на бизнеса, за да постигне и реализира такива резултати.

Друго важно предизвикателство са хората - намирането на квалифицирани кадри с широки познания, отворен мироглед, висок професионализъм и адаптивност. Това е важно условие за напредък и реализиране на идеите. В

компанията инвестираме дългосрочно в обучението на нашите кадри – императив, наложен от естествената необходимост да бъдем конкурентноспособни и да продължаваме да разширяваме кръга от доволни клиенти.

През 2011-а създадохме решение, което продължава да трупа награди – съвсем наскоро „European Seal of e-Excellence 2012“ стана поредната награда за продукти и решения изградени, от „Мусала Софт“ в застрахователния сектор. Системата за издаване на електронни полици на Гаранционния фонд, разработена от „Мусала Софт“, е един от водещите световни примери за „smarter commerce“ („по-интелигентен бизнес“) на IBM, финалист в IT Проект на годината 2011 на Computerworld, получи наградата на БАИТ в категория „Бизнес иновативност 2011“ и международната „Diskobolos“ 2011 за успешно технологично решение, което променя облика на бизнеса и има висок икономически ефект.

Светозар Георгиев, изпълнителен директор на „Телерик“:

Малко ни трябва да сме Силициевата долина на Балканите

Живеем в интересни и динамични времена на технологиите. Най-сериозните промени, които наблюдаваме, са главоломното навлизане на мобилните устройства, хората и компаниите започват да разчитат все повече на интернет базирани продукти и услуги, расте влиянието на интернет като начин за социално свързване. Всяка компания, без значение дали е софтуерна, трябва час по-скоро да осъзнае необратимостта на тези процеси и да адаптира развитието си към този нов контекст. Движещите промените сили са предимно в САЩ, но и ние самите се опитваме да даваме своя принос в тази еволюция.

Вогещи компании, сред които SAP, Johnson Controls, VM Ware, HP, предпочетоха да създават големи екипи у нас, а не да речем в Румъния или Гърция. Този факт показва, че България започва да се превръща в своеобразна Силициева долина на Балканите. Има обаче и много други съставки, които ни липсват от модела на Силициевата долина: силно съдействие от страна на университетите, целенасочена гържавна политика (което е факт в Румъния), наличие на капитали за млади предприемачи. Нужни са програми и инициативи, които да помагат за развитието на талантите и стимулирането на предприемчивост.




Факти за българските IT фирми



Предприемачите успяват въпреки системата, защото тя иска да ни моделира като консуматори, уверява Петър Статов, председател на ICT Клъстера

✓ Българската софтуерна фирма „Телерик“ беше включена в класацията Deloitte's Technology Fast 50 за 2009 г., а българо-гатската Komfo е избрана за един от 12-те топ партньори (preferred partners) на Facebook извън САЩ.

✓ Семантичните технологии на софтуерната компания „Онтотекст“ се използват от BBC като основа за сайтовете за Олимпийските игри в Лондон. Сред нейните клиенти са също CNN, Националният архив на Великобритания и Британският музей.

✓ Корпорацията за бизнес софтуер SAP избра София за свой основен развоен център извън Германия, в който днес работят над 480 софтуерни разработчици. В България се намира и регионалният център на Европейския софтуерен институт. 



На всеки квадратен километър

Географските информационни системи са съвременният инструмент за ефективно управление на всички ресурси, бумът им тепърва предстои

Над 80% от информацията в света има пространствена компонента. Географските информационни системи (ГИС) използват тази особеност и създават мощна среда, която поддържа целия процес на управление на териториално позиционирани дейности. Психолози са установили, че когато информацията е във вид на карта, тя по-лесно се възприема. Това е от значение за бърза оценка на общата оперативна картина във всички сфери на мениджмънт: инфраструктура, опазване на околната среда, вътрешен рег и сигурност.

Какво е ГИС

Технологията интегрира бази данни и осигурява техния бърз и ефективен обмен, създава гъвкава картографска визуализация, моделира въздействието на различни фактори, следователно дава възможност за анализ и оценка на различни ситуации, а също така за споделянето на информация между официалните власти и гражданите в реално време в уеб или облака. Това превръща ГИС в ключова технология за реализиране на съвременната концепция за електронно управление.

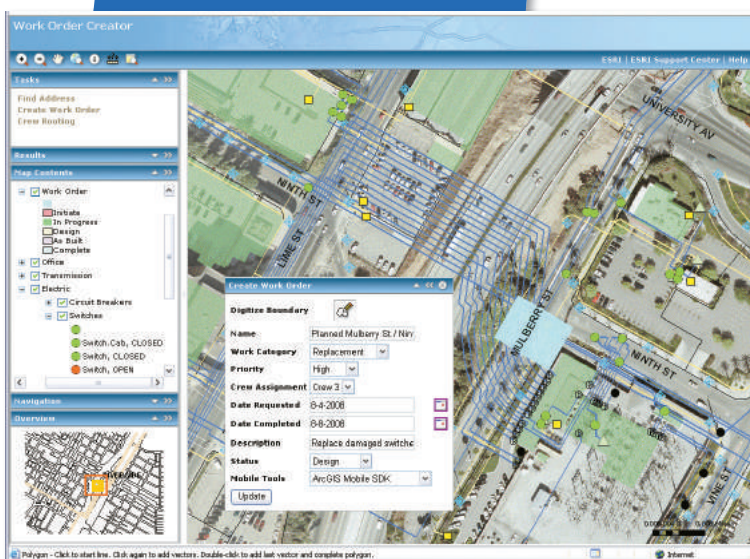
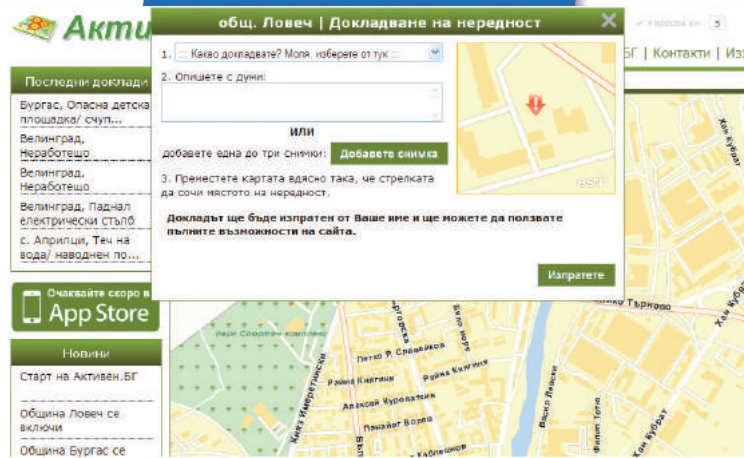
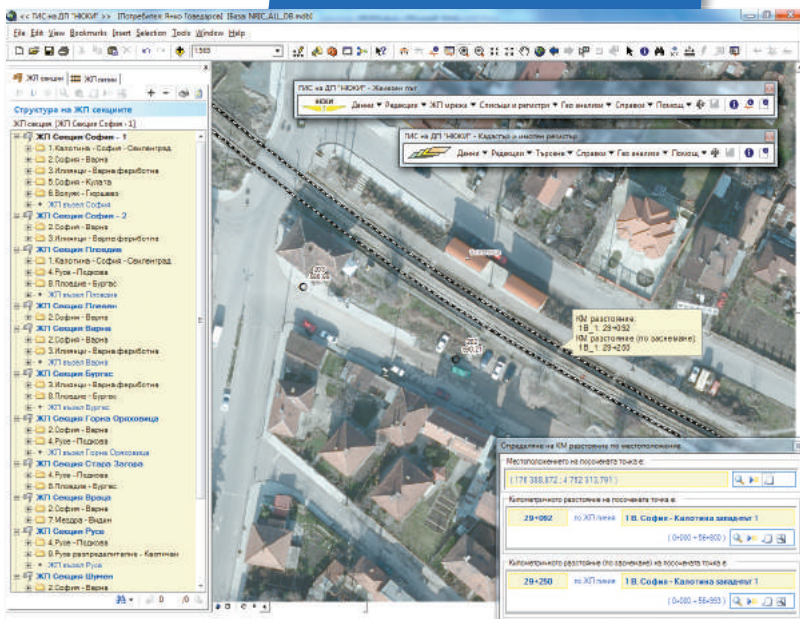
Каже ли се обаче ГИС в България, обичайно се задава въпросът „Какво е ГИС?“, макар от годи-

ни насам да нараства броят на онези, които знаят, познават или работят с такава система. Днес мнозина използват навигационни устройства в своите автомобили, но това всъщност е най-елементарният пример за приложението на модерната технология.

Интелигентно управление

Понятието географски информационни системи най-често се свързва със създаването на карти. В действителност обаче картата е основата, върху която се гради ГИС, при което към всяка точка от тази карта се въвежда нужната информация за потребителя, без ограничение от формати и обеми, в това число атрибутивни данни като електронни таблици и други офис документи, а също видео, аудио и снимков материал. Географските информационни системи съчетават пространственото местоположение на обектите с описателната информация за тях. Тази технология е съвкупност от компютърен софтуер и хардуер за създаване, съхраняване, обработка, анализ, визуализиране и споделяне на геореферирани информация. Комбинирането и визуализирането на информацията в словес-

*Земя като една човешка глан...
Всичко, което се съдържа на педя площ, може да бъде подробно описано, и всяка промяна да бъде своевременно отразена. Новите технологии правят света „по-прозрачен“, тъй като всяка подробност – от природните богатства до най-малката следа от човешка дейност, може лесно да се визуализира. Само няколко клика с мишката и готово! Но зад този лесен достъп до информация стои много труд и ноу-хау.*



(данни за кадастъра, демографска статистика, ВиК, електро- и газопреводна мрежа, държавна и общинска собственост, транспортна инфраструктура и т.н.) подпомага по-доброто разбиране на събитията и взаимовръзките между обектите. Какви слоеве с данни ще бъдат съчетани, зависи от задачата, която ще се решава с този инструмент. Географската информационна система на Париж например е с над 120 слоя. Ако информацията в една община е ГИС-базирана, управлението ѝ се осъществява значително по-лесно. При появата на инвеститор бързо може да се прецени кое е най-подходящото място, където да се разположат новите обекти. Тази технология дава отговор и как по-ефективно да се използват ресурсите. Неслучайно ГИС се прилага в транспорта и логистиката, тъй като едно от предимствата е оптимизацията на маршрутите и товарите, която пести много средства.

Територия

За архитектите и урбанистите ГИС е огромно улеснение, когато работят с общите устройствени планове и схеми. При осъществяването на проект, ако има наличен ГИС в 3D формат, архитектът може да вмъкне проектираната сграда на избраното място още преди тя да е построена.

„Приложението на ГИС се ограничава единствено от фантазията на тези, които използват подобна технология”, твърди Джек Данджермонд, който е сред основоположниците на този бизнес. През 1969 г. заедно със своята съпруга Лаура създава ESRI Inc. - световния пионер и лидер в сферата на геопространствените технологии. ГИС намира широко приложение в почти всяка сфера на дейност и се нарежда сред трите най-динамично развиващи се технологии в света наред с био- и нанотехнологиите.

Първоначално Географските информационни системи се използват в сферата на околната среда. През годините обаче ГИС доказват, че са незаменими за ежедневната

дейност на специалисти от гържавното и местното управление, транспорта, инженерната инфраструктура, отбраната, вътрешния ред, фасилити мениджмънта, образованието, здравеопазването.

Стъпка по стъпка

Нараства използването на ГИС и в областта на пътния и железопътния транспорт у нас. Проблем обаче остава фактът, че се осъществяват отделни ГИС проекти в гържавното и местното управление, но липсва така необходимата ведомствена пространствена инфраструктура и концепция за широкото използване и интегрирането на базите данни. Поради постоянните кадрови промени в администрацията и недостатъчното познаване на възможностите и силата на тази технология ГИС бавно си пробива път у нас. Все повече обаче стават частните компании в България, които осъзнават нуждата от геопространствено базирани данни. Ютилити компаниите например използват ГИС в широко разнообразие от приложения, сред тях са „Софийска вода“, ECO, „Обергаз“, CEZ, EVN. Те са наясно с предимствата при управлението на активите и при поддръжката на съоръженията, за инженеринг и проектиране, за осигуряване регулаторното съответствие, при управлението в извънредни ситуации, за логистика и работни процеси, работа на полеви екипи, извършване на анализи, управление на клиенти. ГИС е крачката към груда технологична ера.

Пазарът

По данни на Daratech, фирма за проучване и анализи в сферата на геопространствените технологии, ГИС индустрията бележи значителен растеж през последните години. Проучванията показват, че въпреки кризата през 2010 г. световният ГИС пазар се е увеличил с 10,3% до 4,4 млрд. долара, а през 2011 г. отбелязва нов растеж с 8,3%. Според друга водеща компания - Global Industry Analyst, ГИС ин-

дустрията се очаква да се увеличи до 10,6 млрд. долара през 2015 г.

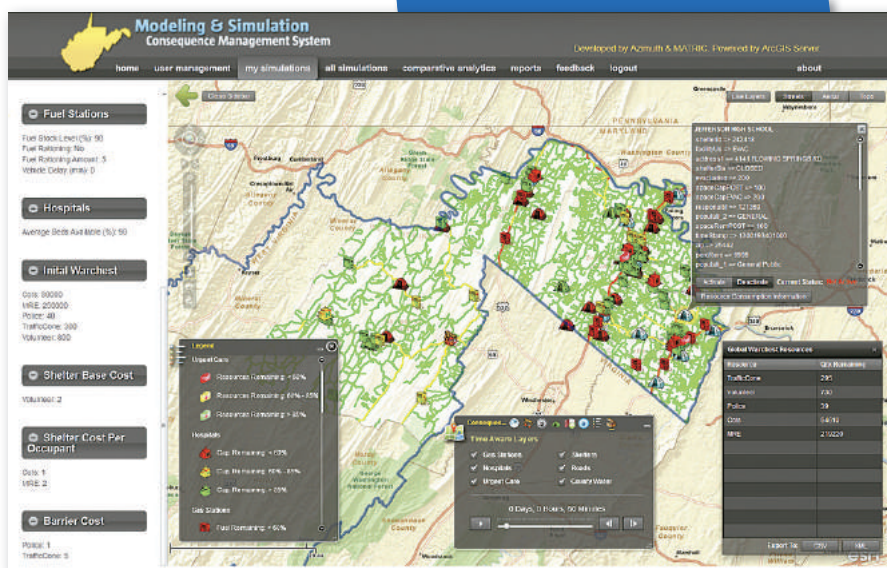
В сферата на публичния сектор последното проучване на Geospatial information technology association показва, че пазарният дял на ESRI в публичния сектор е 77%, следван от Autodesk (9%) и Intergraph (7%). Към момента няма данни за размера на ГИС пазара у нас, но вече има няколко компании, специализирани в подобни разработки. Направени са изчисления, че ако за кадастър у нас се вложи 1 млн. лв., само от обслужване на граждани те се връщат 1,4-1,6 млн. лв.

Управление при кризи

По време на световното първенство по футбол през 2006 г. охраната на стадионите в Берлин е разчитала на ГИС. В информацията на касата за билети са записани името и номерът на всеки посетител, за да може в случай на нужда

щетите и възстановяване. ГИС осигурява бърз и лесен достъп до критична информация, като позволява определяне на оптимални маршрути, изготвяне на справки и анализи, получаване на информация от и на терена, проиграване на различни сценарии.

Технологиите се развиват така бурно, че на компаниите, които работят в сферата на ГИС, непрекъснато им се налага да надграждат собствената си компетентност, защото и изискванията на клиентите непрестанно растат. Така че няма таван в развитието на географските информационни системи, както и на приложението, което те намират. Бумът на масовото им използване предстои. Елитът в управлението на гържавата, общините и бизнеса разбира, че бъдещето принадлежи на технологиите, за които важи правилото за неограничените възможности - The sky is the limit (от англ. - Небето е границата).



веднага да бъде издирен. Картичната се допълва от камерите. В базата данни е въведена и пространствена информация за стадиона, сградите и всички системи.

Геопространствените информационни системи са ефективният IT инструмент и за предотвратяване на кризи и управление при бедствия и аварии. Те се използват активно във всички етапи – от превенция и планиране до реакция при кризи, евакуация, оценка на

ГИС технологиите се използват за градско и регионално планиране, за пристанищна, жп и летищна инфраструктура, за енергийно развитие



Евгения
Караджова
управител на ESRI
България:

Помагаме на фирмите да пестят ресурси

Повече от 15 години екипът на ESRI България работи за въвеждане на ГИС технологиите у нас - проект по проект изграждаме пространствената инфраструктура на България. Загърба ни са множество ГИС реализации от национален мащаб в различни сфери на икономиката, включително околна среда, кадастър, инженерна инфраструктура, управление при кризи, здравеопазване, образование. Започнахме работа с Военно топографската служба и Генералния щаб на Българската армия, където партнирахме по създаването на цифрови модели; развихме и внедрихме първата национална кадастрална система за земеделските райони и горския фонд, внедрихме ГИС и в Агенцията по кадастър. Работим по множество проекти с министерства и институции, осъществихме разработки, свърза-

ни с околната среда - води, Натура 2000, природни паркове, биоразнообразие. Разработихме ГИС приложения за нуждите на много ютилити дружества. Все повече стават общините, които осъзнават колко незаменим инструмент в тяхната работа е ГИС. Заедно с образователната и академичната общност разработихме ГИС обучения.

Използването на ГИС технологията повишава ефективността на работните процеси, намалява дублиращите се дейности, оптимизира оперативното управление и подобрява комуникацията в организацията. Така се постига намаляване на разходите и повишаване на възвръщаемостта от направените инвестиции. Неслучайно много компании по света и у нас внедряват ГИС именно по време на кризата - така оптимизират използването на ресурси и бюджети.

АКТИВЕН.БГ

е лек за
нередностите

Инициативата Активен.БГ е първата по рода си инициатива в България, която стъпва върху най-съвременни ESRI ГИС технологии за постигане на ефективно гражданско участие в местното самоуправление, предоставяйки на хората възможността да съобщават за нередности по-бързо и по-лесно от всякога чрез използването на специална онлайн платформа <http://aktiven.bg>. Посредством уебсайта гражданите могат да подават към съответните организации сигнали за опасни сгради, детски площадки, боклук, улични дупки, легени висулки и много други - за целта е необходимо просто да посочат местоположението на нередността върху картата, да дадат кратко описание и да приложат снимки, ако такива са налични. Отговорните лица поемат ангажимент за следене на получените сигнали и за отстраняване на нередностите.



Канцлерът на Германия Ангела Меркел и президентът на Бразилия Дилма Русеф откриха изложението и тестваха водоустойчив таблет

Виртуални реалности

АЛЕКСАНДЪР ДРАЙШУ

През месец март за пореден път се състоя технологичното изложение CeBIT в немския град Ханوفر. И тази година участие взеха повече от 4200 фирми от над 70 държави, сред които всички водещи компании от сферата на IT, развлекателната електроника и технологичната индустрия. Настроението бе доста положително, тъй като по-голямата част от компаниите се справят значително по-добре с последствията на кризата, отколкото фирмите в повечето други сектори на икономиката. Във фокуса на изложението отново бяха най-актуалните тенденции в бранша, които се очаква да ни съпътстват в близките години. Ето кои са те:

Разпространението на световната мрежа

В една от речите на откри-

ването Ким Шмид – бившият генерален директор и сегашен председател на надзорния съвет на Google – с голяма доза позитивност представи перспективите пред бранша. Технологичният сектор според него е пред нова вълна на промени – скоростта на интернет и телекомуникационните услуги ще се покачи многократно, а същевременно с това ще станат достъпни и за много по-малко жители на третия свят, които засега до голяма степен остават откъснати от световната мрежа заради високата цена на услугите. И докато през 2012 година достъп до интернет имат около два милиарда потребители по света, а смартфони притежават близо един милиард, то Шмид очаква, че много скоро това ще се промени и цените на телефонните апарати и на компютрите ще спаднат многократно, както и цените на самите услуги. Основен акцент в речта му бе отгледен на рестриктивните държавни апарати като този в Китай, където социалните мрежи

Трендовете, които ще определят лидерите в технологичния бранш през следващите години, бяха очертани на CeBIT в Ханوفر

Facebook и Twitter, както и Google, са забранени или достъпът до тях е силно ограничен или цензуриран. Според него както за водата, така и за интернет граници няма и в крайна сметка той ще успее да достигне до всяка точка на света.

По-високи стандарти за сигурност

Мотото на тазгодишното изложение „Управление на доверие“ („Managing Trust“) насочва към една от най-належащите теми в ИТ-индустрията – докато технологиите продължават да напредват с големи скокове, за потребителите те стават все по-трудно разбираеми. Те се намесват във всяко наше действие, затова и трябва да са напълно сигурни. Така спечелването на доверието на потребителите и на корпоративните клиенти е основна предпоставка за растежа на компаниите в бранша.

Към тази тема бе насочена и речта на канцлера на Германия Ангела Меркел, която бе на официалното откриване на изложението. Докато мнозина от представителите на компаниите на изложението насочиха речите си по-скоро към чисто технологичната страна на тенденциите, канцлерът посочи именно темата за несигурността като основно препятствие за спечелване на средноголемите



предприятия в Германия, които представляват значима част от икономиката на страната. Тя също така посочи нуждата от активна позиция на властта, която трябва да създаде нужните предпоставки за това чрез образователни програми, инфраструктура и законодателни проекти.

Облачни технологии

Определено най-актуалната тенденция на изложението е Cloud computing. Терминът със сигурност вече е в речника на голяма част от потребителите, особено откакто Apple пусна своя iCloud. Всъщност принципът на работа е много прост – тъй като достъп към интернет има почти навсякъ-

де, а скоростта му е достатъчно висока, няма нужда да поддържаме всички документи локално на своя компютър, а можем да ги съхраняваме централно на сървър, като така даваме възможност и на колеги да работят едновременно с нас върху най-актуалната версия.

И въпреки че Cloud технологиите безспорно са една от тенденциите на следващите години, много компании изпитват съмнения към това да предоставят данните си на високоскоростните сървъри, намиращи се извън собствената фирма. Потенциалните потребители изискват повече прозрачност относно взетите мерки за сигурност на данните им. Именно това е една от централните задачи, с която мениджърите ще трябва да се справят през следващите години.

Големите количества данни

Никога досега не е имало толкова големи количества данни, с които предприятията да са разполагали. Ефективното им съхраняване, достъпът до тях, както и възможностите за анализирани представяват сериозно препятствие дори за установените софтуерни и хардуерни платформи за бази данни. От особено значение са тези системи за компании от финансовия сектор, които с всеки изминал ден увеличават количеството пазарни и транзакционни данни, което



Темата за сигурността в мрежата и при обмяна на данни ще е водеща в развитието на сектора

Облачните технологии бяха сред хитовете на CeBIT



трябва да бъде съхранено и да обогати вече съществуващи и бъдещи анализи. За интернет платформи като eBay, Facebook и много други тази тема отдавна е станала решителен критерий за бъдещ успех или неуспех на пазара. В този сегмент някои от най-големите компании на пазара като Oracle, HP,

IBM, Intel, Dell и други представиха своите високоефективни решения за корпоративни клиенти.

Отворен софтуер

Освен помежду си големите софтуерни концерни срещат сериозна конкуренция и от голям брой свободно достъпни програми. Въпреки значително по-ограничените си ресурси и персонал те печелят клиенти с това, че продуктите им могат да бъдат използвани безплатно и защото, за разлика от много от конкурентите си, разполагат със стандартизирани връзки за обмен на данни с друг софтуер. Причината е различната идеология в сравнение с корпоративните им конкуренти, чиято цел на първо място е задържането на клиенти.

В наши дни особено важно място заемат мобилната операционна система Android, както и безплатната операционна система Linux, използвана на много високоско-

ростни сървъри. Разбира се, освен тях съществуват и голям брой по-малко известни програми със специфични функции, които биха могли да бъдат използвани като алтернатива на етаблираните платени програми. Едно от основните предимства е по-голямата гъвкавост поради ниските разходи за преминаване от една на друга система. Така потребителите винаги могат да преминат към най-подходящата за тях алтернатива. Темата за Open Source софтуера съществува вече от близо три десетилетия, но се очаква да претърпи значително развитие през близките години.

Изгледите за IT бранша изглеждат добри. През близките години вероятно ще станем свидетели на много битки за пазарни дялове, за спечелването на които решаваща роля ще изиграе това колко успешно компаниите се справят със задаващите се технологични и социални предизвикателства.

Иновации

Бързи комуникации за фирмите

Подобряване на комуникационните процеси, висока ефективност и оптимизиране на разходите предлага GLOBUL на бизнеса с иновативните си услуги за корпоративни клиенти. Сред най-популярните и използвани от бизнеса услуги е GLOBUL Office Call Manager, благодарение на която фирмите могат да организират обажданията в офиса чрез виртуална телефонна централа и да използват до 10 фиксирани номера, без да се налага да инвестират в окабеляване, допълнително оборудване или сервизна поддръжка. Потребителите имат възможност да изберат един основен фиксиран номер, който да бъде свързан със стационарен апарат от GLOBUL, и да определят до девет допълнителни фиксирани номера към него. Всички фиксирани номера са активирани и към мобилните номера от GLOBUL. Така, когато се намират в офиса на фирмата, служителите могат да приемат входящи обаждания както на мобилните, така и на фиксираните номера, а в случите, в които се намират извън офиса – да получават входящите обаждания на мобилните си номера. Услугата се предлага без инсталационна такса,

с една месечна такса за всички фиксирани номера и при изключително атрактивни условия.

Друго подходящо решение за бизнеса е услугата GLOBUL Mobile Meeting, с която всеки бизнес клиент на оператора може да организира конферентен разговор. Услугата е особено подходяща за компании с офиси в различни градове в България или в чужбина.

За компаниите, които разполагат с няколко офиси в страната, както и за дистрибуторски или куриерски фирми, е подходяща услугата National Contact 0700/0800.

Тя дава възможност на фирмите да предложат на своите крайни клиенти един номер за контакт, а всички обаждания да бъдат пренасочвани към избрания от тях офиси в страната.

Сред услугите, които GLOBUL предлага на бизнеса, са и телекомуникационни решения като Виртуална частна мрежа MPVN (Mobile Virtual Private Network), която позволява на фирмите да обединят всички мобилни и вътрешни телефони в една група, както и специални абонаментни планове, допълнителни пакети за мобилен интернет и др.

The new iPad

© РОЙТЕРС

Третият от поредицата таблети на Apple вече е и у нас, но беше представен само като „новият“



Шефът на Apple Тим Кук представи новия iPad в Сан Франциско

iPad за маниаци

АНТОН АНДОНОВ

Убийствено яко изображение показва Apple в най-новия си таблет – iPad. Дисплеят е с четири пъти по-висока резолюция, увеличена разделителна способност – 2048 на 1536 пиксела, и предлага по-добра яркост. Това е третата версия на умната и полезна машинка, която за първи път е оборудвана с т.нар. екран, известен като „ретина дисплей“. Същата технология за екрана корпорацията използва в последните си телефони – iPhone 4S. Таблетът обаче не беше представен като дългоочаквания iPad 3, а просто като „новия iPad“.

Той е въоръжен с 5-мегапиксела камера, снима в режим HD 1080p., а батерията е с цели 11 666 mAh, което я прави най-мощната, използвана досега. Компанията от Купертино увеличи цели четири пъти и производителността на процесора, за да направи машината

по-бърза. A5X чипът е двукратно, разполага с четирикратно графичен ускорител, който осигурява надеждна и скоростна работа, а операционната система е известната iOS 5.1.

Устройството може да работи в най-модерната засега високоскоростна 4G мобилна мрежа, която е 10 пъти по-бърза от сегашната 3G технология. Това донякъде компенсира леко повишеното тегло и корпус в сравнение с предшните модели.

Цените на iPad-а тръгват от 499 и достигат 829 долара, а появата на младока веднага гръпна цената на старите версии със 100 долара и те вече се търгуват по 399 долара.

В същото време стойността на Apple прехвърли половин трилион долара. Компанията се превърна в най-скъпата в света, след като цената на една нейна акция достигна 535,41 долара, пазарната ѝ капитализация – 499 млрд.,

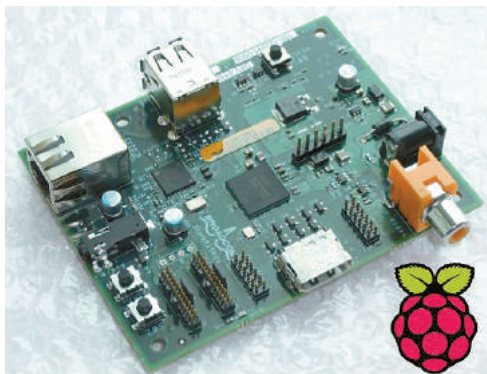
а сборът на всички активи удари 504 млрд. В момента компютърният гигант струва с 90 млрд. повече от досегашния лидер – американската петролна компания ExxonMobil. За последните 10 години стойността на Apple нарасна 46 пъти, а само от началото на годината компанията поскъпна с една трета. Натрупаните от нея резерви се оценяват на 100 млрд. долара, които дружеството обмисля да инвестира съвсем скоро.

За цялата история на пазара само шест компании са преодолявали границата от 500 млрд. долара. Преди Apple същото направиха Microsoft (в момента компанията поевтиня до 266 млрд.), Intel (сега струва 136 млрд.) и Cisco (109 млрд.). Освен тях в списъка влизат ExxonMobil и General Electric, които са единствените, пробвили нивото от половин трилион, извън хай-тек сферата.



Вкусни компютри атакуват пазара

Компютри с имена на плодове усилено завземат нови територии в компютърния бранш. След Apple (ябълка) на пазара вече се предлага машина с Вкус на малинова торта. Raspberry Pi (Малинов паи) струва 35 долара, но към средата на годината ще се продава и версия за 25. Новата машина е с размери на кредитна карта и представлява системна платка без корпус, клавиатура и монитор и се захранва с енергия чрез microUSB порт. Тя има оперативна памет от 256 мегабайта и се произвежда в Китай, макар че е изобретение на британски специове. Raspberry Pi използва 700-мегагерцов процесор ARM има два USB порта, HDMI и Ethernet и излиза на пазара без операционна система Linux.



Новият компютър Raspberry Pi ще струва само 25 долара

25-доларовият модел ще бъде със 128 мегабайта памет и само един USB порт.

Проектът на британците е поредният опит машините да поевтиняват безумно. Преди Raspberry Pi на пазара се появи компютър за 89 долара. BeagleBoard работи с процесор Texas Instruments, а MiniEMBWifi, който е базиран на процесор MIPS, струва 60 долара. Рекордът по евтин компютър се дър-

жи от таблета Aakash, дело на британско-канадската компания Datawind. Британският Raspberry Pi обаче е най-малкият в света и по размери си съперничи единствено с компютъра Cotton Candy, който се продава за 199 долара.

Мишката с 6 странични бутона е направена специално за геймърите



Мишка с шест бутона за геймъри

Шест допълнителни бутона, които осигуряват бързина за най-запалените геймъри в света, има най-новата мишка на компанията Razer. Устройството се казва Нех и е последният член в семейството на Нага. Моделът е пуснат специално за т.нар. Multiplayer online battle arena (MOBA) игри, сред които е и набиращата все по-голяма популярност League of Legends.

Мишката има шест големи бутона, които се управляват само с палеца, а благодарение на специални суичове на бутоните позволява до 250 клика в минута. Дизайнът на бутони-

те е ергономичен и изисква по-малко сила за натискането им.

Razer Naga Hex върви с 3 сменяеми панела за поставяне на палеца в зависимост от предпочитаната височина. Това нововъведение позволява да се намали умората при продължителна игра, а местата на шестте странични бутона на мишката са избрани след провеждането на тестове и предлагат най-голямото удобство при игра.

Моделът има 3.5G лазерен сензор с чувствителност 5600 dpi, заради които работи прецизно и бързо.

Интелигентната

ПЕТЯ СТОЯНОВА

Според проучване във Великобритания и САЩ високотехнологичното улично осветление може да допринесе за намаляване на престъпността до 20%. Благодарение на него се осигурява по-добро наблюдение и разпознаване на потенциалните престъпници, което увеличава превенцията на криминални действия. Чувството за сигурност и безопасност е важен фактор за създаване на добри условия за живот в градовете. За 24% от българите спокойствието по улиците трябва да бъде сред приоритетите на градската управа през следващите две години, показва проучване на агенцията за маркетингови изследвания „Ноема“ по поръчка на „Филипс България“.

Системата City Touch намалява в пъти разходите на конвенционалното и енергоспестяващото осветление

за отчужденост”, обяснява Рагмила Филева, изпълнителен директор на „Филипс България“.

Детайлно изследване на градската среда показва, че анкетиранията поставят акцент върху социалната инфраструктура като училища, безопасност, паркове и спортни съоръжения, а от оценката за тяхното състояние определят дали един град е добър за живеене. Според българските граждани осветлението по магистралите и в пешеходните зони на градовете е приемливо или в добро състояние, но на спортните съоръжения, кварталните улици и парковете има нужда от промяна. Над 50% от столичаните са на мнение, че осветлението в жилищните зони трябва да се подобри, а свързаната с него инфраструктура в центъра и училищата трябва да се подмени.



Виена пуна в пробна експлоатация в центъра на града екологичен електробус

Добре устроен град

„Повече от половината от световното население вече живее в градове или градски зони. До 2050 г. се очаква жителите на урбанизирани територии в световен мащаб да достигнат 70% от населението на земята и така многократно ще се увеличат проблемите, пред които са изправени градовете. Модерното градско планиране трябва да отговори на съвременните предизвикателства като пренаселеност, недостиг на ресурси, напрежение в ежедневието и усещане

За по-добро управление

Повече от половината от анкетиранията определят кмета като отговорен за повече светлина в техния град. Неговите възможности обаче са ограничени и поради това една трета от запитаните смятат, че за промяна в сегашната ситуация може да допринесе всяка бизнес инициатива, включително и частна.

„Осветлението е една от базовите човешки потребности е мнението на Богдан Рогала, главен мениджър „Професионални осветителни решения“ на Philips в Централна Европа. - Глобалните тенденции сочат, че значението на интелигентните осветителни системи ще се увеличава с ускорената урбанизация“.

Цената на електричеството ще поскъпва. „Ползите от „умни“ осветителни системи не са само от директни икономии при намалена консумация на енергия - посочва Рогала. - Модернизацията на уличното осветление може да доведе от 25 до 45% спестяване на енергия и да осигури за градовете средносрочна възвръщаемост от такава инвестиция благодарение на високотехнологични

СВЕТЛИНА

и енергийно ефективни осветителни решения.”

„Интелигентната” система

Подобряването на облика на града и използването на модерно и красиво улично осветление значително подобряват градския пейзаж и засилват туристическия интерес към населеното място. От груга страна, това допринася за откриване на нови работни места в магазини, ресторанти и хотели, разположени из красиво осветените улици на града. С повече светлина всеки град подобрява имиджа си, привлича туристи и се превръща в по-добро място, когато нощта стане ден, хората искат да „живеят” и да харчат пари. Най-сполучливият пример в региона е Дубровник, където градската управа вече е инвестирала в нощно осветление и сега печели от увеличената продажба на билети за многобройните атракции в „перлата на Адриатика”. Изследванията показват, че 20% от енергията, консумирана от човечеството, е за осветление, така че възможностите за икономии в това перо са големи. Според представителите на компанията Philips, която е пионер в този сектор, със системата City Touch разходите може да се намалят многократно. С онлайн системата може да се контролира всяка „светлинна точка” (улична лампа) от разстояние. Само с компютър, свързан с интернет, и браузър, светлината може да се настройва, да се включва и изключва. Нейната интензивност зависи от часа в денонощието и деня на седмицата, а City Touch позволява в реално време да се засича консумацията на електричество в осветлението на една улица или квартал и да се правят сравнения в различните периоди. „Ако се комбинира със светодиодно осветление, CityTouch може да спести до 70% от енергията, нужна за осветлението на града, като същевременно намали с толкова и разходите за поддръжка в сравнение с конвенционалното ос-

ветление”, пресмята Васант Филмин, генерален директор в маркетинг отдела на Philips Lighting. Точният процент на икономии се с помощта на „умното” осветление е 67%: ако една светлинна точка струва на града 82 евро с цена на киловатчас от 0.12 евро, то със City Touch тя излиза 27 евро годишно - 22 евро за електричество и 5 евро за операционна поддръжка.

Системата е само на няколко месеца, но няколко града вече са инвестирани в нея. Два квартала в Лондон с 42 000 светлинни точки се управляват с помощта на City Touch, като сключеният договор е за срок от 25 години. Чешката столица Прага също я въвежда, а проекти в начална фаза има за още 12 големи европейски градове.

Икономическата полза

Финансовият модел, с който

Виена е най-умният град

градски технологии.

Самият автор на студията също бил изненадан, че Виена се класира на първото място. Като причина за успеха Коен посочва факта, че тази европейска столица е единственият град, който се появява в първата десетка на различни, свързани с темата, изследвания: 5-о място за иновативен град, 4-о място за зелен град, първо място по качество на живот и 8-мо място за дигитално управление. Освен това Виена набелязва конкретни цели по пътя към „умен град” и координира постигането им: в рамките на проекта „smart city Wien” общината работи съвместно с икономиката и науката, за да заеме водеща роля в развитието на бъдещите обобществени стратегии. В рамките на проекта се разработват „План за действие 2012-2015”, „Умна енергийна визия 2050” и „Пътна карта 2020”.

може да се инвестира в система за намаляване на енергийните разходи, е познат като EPC – Energy Performance Contracting (Договор, обвързан с по-добри енергийни резултати). Той предвижда сключване на обществена поръчка с компанията, която прави енергийното подобрение, като заплащането се извършва от реализираните икономии. Ако София годишно харчи 7 млн. лв. за своите над 80 000 „светлинни точки”, системата City Touch ще ѝ позволи да намали разходите за улично осветление до 2.3 млн. лв. годишно. Икономисаните 4.7 млн. лв. ще се изплащат на компанията до покриване цената на инсталацията, като срокът на договора по тази схема ще е минимум 20 години. След покриване на наравените за „интелигентната” система инвестиции, има опция енергийното гругество да връща на града малка част от постигнатите икономии.

Финансовият модел, с който



Рецепта за №1 в света



Роб Уолтън, председател на борда на директорите на Walmart Stores Inc, пристига за общото събрание на компанията

8838 магазина в 15 страни по целия свят, 421,849 млрд. долара приходи за 2011 г. и чиста печалба от 15,355 млрд. долара. Такива резултати в условията на световна криза може да постигне само най-голямата в света верига за хранителни и промишлени стоки – американската Walmart Stores, Inc. В Мексико тя работи с името Waltech, във Великобритания се казва Asda, в Япония и Индия – Best Price. И въпреки че компанията оперира под 55 различни имена, всички приходи се отчитат в централния ѝ офис в Бентънвил, щата Арканзас.

АНТОН АНДОНОВ

Бивша разведка от US армията слага началото на най-голямата в света търговска верига – Walmart. Сам Уолтън през целия си живот остава верен на максимата, че успехът е постижим, но за него трябва да си готов да се биеш със зъби и нокти, да работиш здраво и постоянно да имаш добро отношение към всички – клиенти, търговски партньори и служители. Америка го запомни с усмивката, която не слизаше от лицето му, и вниманието, което отделяше на всеки свой клиент. А Уолтън преследваше една цел – да стане най-добрият, и успя да я постигне, макар и с цената на много жертви.

Провинциалният милиардер

Най-голямата в света днес търговска верига се ражда в дълбоката американска провинция. Стратегията на нейния основател Сам Уолтън да открива магазини в покрайнините на градовете и да продава евтино в тях се оказва печеливша.

Бащата на Walmart започва кариерата си в продажбите още като

ученик. Той е едва седем годишен, когато разнася сутрешните вестници в квартала и печели първите си центове. Хлапакът предпочита да работи в малката семейна лавка, направена от баща му, вместо да обикаля семейната ферма и да се труди на полето. Голямата депресия през 30-те години на миналия век буквално смазва младежките години на Уолтън, защото семейството му е принудено да се мести от град на град в търсене на по-добра работа. Трудностите обаче още повече сплотяват семейството, а тренировките по баскетбол и американски футбол дават един от най-важните житейски уроци на Сам – как се води битка за успеха на отбора.

Чрез спорта тийнейджърът разбира как може да компенсират собствените си минуси чрез плюсовете на своите партньори. Футболът остава любимата му игра и в университета в Мисури, който роденият на 29 март 1918 г. в Оклахома Сам Уолтън завършва през 1940 г. с диплома по икономика. Две години по-късно получава повиквателна за армията, но заради проблеми със сърцето не е пратен да воюва.

Службата в армията го среща с Хелън Робсън, с която прекарва остатъка от 92-годишния си живот. Бащата на булката им дава в заем 20 000 долара, с които Сам открива

Библия за търговците по света на Сам Уолтърн

свои собствен магазин в Нюпорт, Арканзас. 24-годишният младеж взема на франчайзинг малко магазинче от веригата „Ben Franklin”, което става много популярно в района. Заради усмивката, вниманието и приятелското отношение от страна на Сам към всеки клиент Уолтърн никога не пропуска да сподели, че в магазина работи цялото семейство, както и да разкаже за поредната щуротия на сина си Робсън. Стратегията се оказва супер печеливша за малкото 4000-но градче, но когато след пет години договорът на Сам с „Ben Franklin” изтича, франчайзодателят го прекратява и поема разработения магазин, а семейство Уолтърн напуска града и се преселва в Бентънвил, където през 1950 г. открива втори магазин на франчайз с името Walton's Five-and-Dime.

Раждането на гиганта

В началото приходите от новия магазин не са големи. Но Уолтърн постепенно започва да купува продаваните от него стоки директно от производителя, прескачайки посредниците. На всичко отгоре намалява цените и калкулира по-ниска печалба от конкуренцията. Той смята, че в дългосрочен план това е правилната стратегия и се оказва прав. През следващите 10 години веригата се разраства с нови 10 магазина, а Сам Уолтърн не щади време и усилия да изучава тънкостите на търговията. Малките семейни магазинчета трябва да се обединят с големите супермаркети, за да продават на сметка, смята той. И обикаля от сутрин до здрач търговски обекти, води си записки и обмисля старта и визията на собствения си магазин – Wal-Mart.

Но да открие голям магазин в града е невъзможно заради високата цена на земята, скъпата работна ръка и конкуренцията. Тогава му хрумва да направи обект в покрайнините на града, където всичко е по-евтино, и да привлича клиенти с

Основателят на компанията Сам Уолтърн



ниски цени на стоките, които продава. Гениалната идея е реализирана и през 1962 г. е открит първият магазин Walmart, наричан тогава „Waltons Five & Dime”. Името обаче се оказва много дълго и Сам решава да вземе първата срчка от фамилията си и съкратеното наименование на пазар – market. Така се ражда Wal-Mart, който през годините ще се превърне в Walmart.

Първият магазин се намира в покрайнините на гр. Роджърс и веднага привлича вниманието на местните жители. Те намират в него разнообразието на големите супермаркети, съчетано с ниски цени и дружелюбно отношение от страна на продавачите. На всичко отгоре в магазините се правят постоянни разпродажби, които като с магнит привличат още повече купувачите.

Компанията бързо се разраства и само след 5 години вече има 24 търговски обекта с годишна печалба от 12 млн. долара. За това време Сам Уолтърн не спира да се учи. Той пътува с колите на доставчиците, постоянно разговаря с управителите на магазините и записва най-добрите им идеи. Започва да организира благотворителни кампании, които допълнително изграждат имиджа на фирмата. Въпреки милионите, които печели, Уолтърн не променя стила си на обличане и предпочита да се вози в стария си пикап вместо в скъпа лимузина.

1. Бъдете предани на бизнеса си
2. Делете печалбата с партньорите си
3. Мотивирайте партньорите си
4. Обсъждайте проблемите с партньорите си
5. Ценете това, което правят партньорите ви
6. Празнувайте успехите
7. Изслушвайте всеки партньор
8. Предугаждайте очакванията на клиентите
9. Контролирайте разходите
10. Плувайте срещу течението

Милонерът привлича в семейния бизнес многобройното си семейство. При него работят брат му Бег, тъстът, шурейт и техните деца. Той остава верен на основното правило в бизнеса – да води постоянна битка с разходите. Затова експанзията му започва от преоборудването на крайградски складове в големи магазини. Уолтърн пръв се сеща да разположи касите на изхода на магазина, което позволява обслужването на повече купувачи от малко продавачи. Компанията започва да работи по „корпоративни правила”, които гарантират еднакви стандарти на обслужване навсякъде. „Правилото на залеза” – перифразираната поговорка „Не оставяй днешната работа за утре”, става водеща за империята. Оперативното обработване на заявките и изпълняването им до края на деня и до днес е водещ принцип във Walmart. Другият закон на Уолтърн се нарича „принцип на трите метра”. В момента, в който клиент се окаже на разстояние по-малко от три метра от сътрудник в магазина, продавачът го поглежда в очите, усмихва му се и предлага да му помогне. С течение на времето всички магазини на веригата придобиват един и същ външен вид и съвършено еднаква вътрешна планировка. Това осигурява бързината при избора на клиента, установява Уолтърн. Той облича всички свои служители с униформи. За работниците те са сини сака и табелка с

името на служителя, а за мениджъра – цветна ризи и вратовръзка. Главен корпоративен принцип на Walmart става фразата „Ние сме обикновени хора, които работят предано и усърдно, за да постигнем невероятни резултати и макар че всеки от нас има своята история, вяра и различен цвят на кожата, всички вярваме, че всеки човек е достоен за уважение.“

Възходът на компанията върви бавно, но само в една посока - нагоре. През 1970 г., когато тя става акционерно дружество, има едва 18 магазина с оборот 44 млн. долара. След 10 години търговските обекти вече са 276, а обемът на продажбите нараства до 1,2 млрд. долара. Walmart се разраства въпреки протестите на дребните търговци, които един след друг са принудени да фалират, защото не могат да устоят на конкуренцията и ниските цени и ежеминутно губят клиенти.

В същото време – през 80-те години на миналия век - Уолтър започва акция под лозунга „Купувайте американското!“, за да подкрепи родния производител. Икономически експерти започват да говорят за „феномена Walmart“, при който, от една страна, се спазват принципите на свободната търговия, но от друга, се съкращават работни места.

В началото на 90-те години Walmart се превръща в най-печелившата верига магазини в САЩ, изпреварва тогавашните лидери супермаркетите – Sears и Kmart, а Сам Уолтър осъбва като най-богатия американец. Постепенно търговската мрежа обхваща всички щати на САЩ и достига до Мексико, Пуерто Рико, Канада, Великобритания, Япония и Индия. Компанията има зад гърба си и два провала в международната инвазия. Проектите ѝ в Германия и Южна Корея се оказват неуспешни. На пазара в азиатската държава Wal-Mart закупи 11 големи магазина, но заради особеностите на пазара в Южна Корея форматът на американците се провали и магазините бяха продадени на конкуренцията. Същото се случи и в Германия, където Walmart се задържа 8 години и въпреки агресивната покупка на две местни вериги - Interspar и Wertkauf, тръгнаше годишни загуби от 100 млн. долара. В крайна сметка на 27 юли 2006 г. Wal-



Клиенти пазаруват в щатски магазин през т. нар. черен петък след коледните празници




Mart прогаде 85 магазина, в които работиха 11 000 души, на компанията Metro Group. Сделката остана забулена в тайна, но се твърди, че Wal-Mart е продала само 19 хипермаркета, а останалите са дадени под аренда.

През 1992 г. най-богатият човек в САЩ бе награден с медала на Свободата лично от тогавашния US президент Джордж Буш-старши, а съпругата на следващия президент Бил Клинтън – Хилъри, бе член на борда на директорите. В същата година Сам Уолтър почина на 74-годишна възраст. Неговото наследство в размер на повече от 100 млрд. долара бе разпределено между съпругата му Хелън (1919 – 2007 г.) и четирите му деца – Самюел Робсън (роген 1944 г.), Джон (1946 – 2005 г.), Алис (рогена 1949 г.) и Джеймс (роген 1948 г.). След смъртта на съпруга си Джон Уолтър неговата жена Кристи наследи 23 млрд. долара и стана най-богатата жена в света, а семейство Уолтър продължава да бъде най-големият работодател в САЩ и Мексико, за козото се трудят над 2 млн. човека, и държи 50% от компанията. Това ги прави и най-богата фамилия в света със 100 млрд. долара.

След кончината на основателя на Walmart неговото място заема вице-

президентът Дон Содъркуист, който става новият „пазител на фирмената култура“. Двамата снове на Сам - Самюел Робсън и Джон поемат президентския пост, Ли Скот управлява империята до 2009 г., след което идва ред на настоящият президент - Макъл Дюк. Те запазват принципа на евтини продажби и държат цените с 10-14% по-ниски от конкуренцията. Това пък принуждава основните доставчици да търсят понижаване на себестойността на предлаганите за Walmart продукти. Така за сметка на цената пада и качеството дори при гиганти като Procter&Gamble например.

Всичко това направи от Walmart най-обичаната, но и най-мразената в САЩ компания, а нейният основател Сам Уолтър е наричан в интернет „Дяволът“, защото сборът от рождената му дата е 33, а при други сметки се получава 666, което е и числото на Сатаната. През годините границата на бедността в САЩ бе 14 000 долара, а работниците в Walmart получаваха 13 000 и се лекуваха за сметка на държавата. Фирмата е единствената отвъд океана, където жената продължава да получава по-ниска заплата от мъжа за една и съща длъжност. 

© WWW.WALMART.COM

MOST FINANCE



Управление на вземания

гр.София, България
бул. "Ситняково" 23, ет. 6
e-mail: mostfinance@mostfinance.eu
тел: 02/9600123
факс: 02/9600124

Законодателите на ГОДЕЖНИЯ ПРЪСТЕН

АНТОН АНДОНОВ

Американският символ на престиж, стил и красота и законодателят на годежния пръстен. Така определят накратко бижутерската къща Tiffany & Co. Произведените от ювелирите бижута, часовници, аксесоари за мъже и жени и съдове за хранене отгавна са станали икона за модерния преуспял човек. Дизайнерите на марката Елза Перети, Палома Пикасо и Жан Шлюмбергер работят неуморно, за да създават най-доброто изделие от злато, сребро или диаманти, което се предлага на пазара. И допълват с нови станалите легендарни колекции на марката Tiffany 1837™, Tiffany Beads, Tiffany Keys, Tiffany Locks, Tiffany Metro, Return to Tiffany™, Victoria.



50 години след култовата роля на Одри Хепбърн „Тифани“ си остава блян за всяка млада дама

Знаете ли какво е общото между Жаклин Кенеди – бившата съпруга на американския президент Джон Кенеди, светската лъвица Бейб Пейли и легендарната главна редакторка в историята на модната библия Vogue Даяна Вриланг? И трите гами обожават бижутата на Tiffany. А по диаман-

тената огърлица на Огри Хепбърн от филма „Закуска в „Тифани““ въздишките не спират и днес, макар че от появяването ѝ на екрана измина повече от половин век. Когато писателят Труман Капоти е помагал за сценария на лентата по едноименната си книга, е виждал в ролята на момичето, облечено в официална рокля, захапало кроасан и с пластмасова чашка кафе в ръката, Мерилин Монро. Но изборът на режисьора край огромната бляскава витрина на Tiffany на прочутото Пето авеню в Ню Йорк да премине Огри Хепбърн се оказва по-добрият. Защото снимката с невинното ѝ лице, лебедова шия, огърлицата на Tiffany и витрината на магазина след това „гледа“ отвсякъде – от мъжките портфейли до плакатите в стаите на тийнейджърите. А това е безплатна реклама за Tiffany, който отваря за първи път в историята си в неделя, за да бъде заснета сцената за филма, превърнал се в истинска легенда.

Но далеч преди да бъде заснет филмът „Закуска в „Тифани“, мар-





синя кутийка, която ще бъде патентована през 1878 г. Tiffany Blue Box ще отличава занаят пред всички продукти на марката, а Чарлз Луис не без заповед ще заяви, че „Тифани“ притежава едно нещо, което не може да се купи с пари, или да се даде просто ей така. Това е нейната кутийка. Фирмен закон е никога кутия с името на фирмата да не излиза от сградата, освен ако не върви с продадена стока!“. Нейният специален нюанс на синьото се превръща в символ на изисканост, който също е патентован като Tiffany Blue. Известното синьо, описано като синя незабравка и синьо яйце на червеношуйка, е избрано заради популярността на тюркоазения скъпоценен камък в бижутата на XIX век. Идеята пряко наследява традиция от Викторианската епоха, според която булките давали на своите придворни брошки с форма на гълъб, за да не ги забравят никога.

Марката има свой годишен каталог. Легендарният Blue Book на „Тифани“ показва най-великолепните бижута в света и пристига в пощенските кутии на клиентите от 1845. През годините той еволюира

от рисунки с молив до лъскави снимки, но корицата остава неизменно в цвят Tiffany Blue. Идеята на Чарлз Тифани неговите клиенти да избират у дома бижутата, които искат да имат, се оказва гениална. Защото чрез каталога клиент и майстор нестят най-ценното – времето. Първите могат да избират на спокойствие, а вторите имат времето да работят на спокойствие и да създават неизменните си шедеври.

Стандартът при среброто 925 на 1000 също е дело на Tiffany. Когато в далечната 1851 г. светът обръща поглед към бижутата от сребро, ювелирната къща е първата в САЩ, която използва пропорцията 925 единици чисто сребро и 75 единици други метали, основно мед и цинк.

В бижутата на Tiffany среброто става 92,5%, за да получи пръстенът, брошката или гривната необходимата твърдост. Така марката става първата американска компания, която използва стандарта 925/1000 сребърна чистота. Благодарение на лобиянето на Чарлз Луис Тифани по-късно точно това съотношение е въведено като официален стандарт за среброто.

Амбициите на Чарлз Луис набират още по-голяма скорост и две години по-късно той променя името на своята компания от

Tiffany на Tiffany & Co. На пръв поглед това е само козметична промяна, но в бизнеса случайни неща няма. Чарлз Луис се превръща в едноличен собственик на компанията и по този повод нарежда над входа на бижутерската къща да бъде поставена статуя на митичния герой Атлас, който крепи на раменете си Земята. Но вместо Земята на плещите на Атлас се появява часовник. Символът е лесно разгадаем за всеки – Tiffany се превъща в символ на времето, а златната

ката вече е блестящ символ за бижутерската диамантена аудитория, която още в далечната 1886 г. припознава в годежния пръстен на Tiffany символа на съвършенство, който познаваме и днес – изящен, сияещ и с диамант. 49 години по-рано – през 1837 г., двамата 25-годишни ньюйоркчани Чарлз Луис Тифани и Джон Янг откриват магазин за „канцеларски материали и луксозни стоки“ на артистичната улица „Бродуей“ с капитал от \$1000, взети от бащата на Луис. Двата мъже са възхитени от природата, която в техните очи е символ на простота, хармония и яснота. Виждането им, намерило възплъщение в луксозните стоки, които продават, е в ярък контраст с останалия по онова време в Европа дизайн, известен още от разкоша на Викторианската епоха. Революцията в простотата, която Tiffany & Co. реализира най-напред в сребърните съдове за хранене, преминава по-късно и в бижутерията.

В началото бизнесът носи мизерна печалба. В най-добрите дни тя е едва ... 5 долара. Но младите мъже не се отказват. Те упорито вървят към утвърждаването на собствен стил, намерил най-яркото си превъплъщение във фирмената опаковка стил „Тифани“. На пазара за първи път се появява странната



и сребърна колекция Atlas - в класика.

Случайността и шансът помагат на Чарлз да срещне през 1861 г. тогавашния американски президент Абрахам Линкълн. Бижутерската къща подарява на неговата съпруга перлена огърлица, гривна и обичи, което изстрелва Tiffany & Co. директно при законодателите на ювелирното изкуство. По време на гражданската война къщата застава на страната на Севера и работи за армията, като прави саби и медицински инструменти.

След края на конфликта набраната скорост се насочва към производството на кортици, саби и оръжия, украсени с диаманти златен и сребърен обков специално за висшите офицери от американската армия.

30 години усърдна работа се увенчават с успех на международното изложение Universelle в Париж през 1867. Там Tiffany & Co. получават своето първо голямо признание. То е първото изобщо за американска дизайнерска марка. Компанията е отличена за представените съдове за хранене и сребърните си бижута. Колекцията Audubon от посуда за хранене изненадва със стилизираните изображения от японската култура и се превръща в най-продаваната серия на Tiffany.

Майсторските изделия на Tiffany & Co. намират място не само в частните домове, но и в колекциите на различни музеи по света. Началото е поставено още през 1873 г., когато музеят за изобразително изкуство в Бостън купува стоманени изделия на ювелирната къща.

Истински удар марката прави през 1878 г. с покупката на един от най-големите и най-добри жълти диаманти в света. Той е открит в диамантените мини Кимбърли в Южна Африка и тежи повече от 250 карата. Пог рько-



Златната ера в Ню Йорк компанията продължава да набира скорост. Няма международно изложение през XIX и XX век в Париж, Чикаго, Бъфало и Сейнт Луис, на което „Тифани“ да не печели най-високите отличия и признания като безпорен лидер в бижутерството. Интересът към нея е толкова голям, че Чарлз Тифани се превръща в царски бижутер на много кралски дворове в Европа, на османския император и царя и царицата на Русия.

След неговата смърт начело на компанията застава неговият син Луис. Той е първият ръководител на компанията със специалност дизайн и създава ново поделение в нея – Tiffany Studios, което се



Одри Хепбърн във филма, превърнал марката в символ „Закуска в „Тифани“, сниман през 1961 г.

водството на г-р Джордж Фредерик Кунц диамантът е намален от 287.42 карата на 128.54 с 82 фасети, което придава на камъка невероятен и легендарен огън и блясък.

Но фирмата не спира готук. Тя оставя следа и в изработката на Държавния печат на САЩ.

През 1885 г. Tiffany нанася малки, но забележителни детайли върху националния символ, който се настянва в джоба на всеки притежател на щатски долари и прави дизайна на Мегала на честта и други американски оргени и медали.

Титлата „Крал на диамантите“ Tiffany & Co. печели през 1887 г., и то във Франция. По време на

занимава с декорацията на Белия дом в мандата на 21-я президент Честър Артур през 1882 г.

Луис Тифани се превръща в световен лидер в областта на арт нуво в началото на миналия век. Той успява да улови духа на времето и да прекара Tiffany & Co. от екстравагантността на 20-те до модернизма на 30-те и аеродинамичността на 40-те и 50-те години на миналото столетие. Марката трайно се настянва в Белия дом, където вечерите се сервират в китайския порцелан на „Тифани“, а бижутата красят най-бляскавите жени в света, включително и Жаклин Кенеди, Бейб Пейли и Даяна Врланд.

Луис Тифани създава и групи



нови отдели в Tiffany & Co. - Tiffany Art Jewelry, което въвежда стандарта за стойността на скъпоценните камъни – карат (маса). Годината е 1907 и е рождена за новата измерителна единица. Каратът е равен на 0,2 грама, т.е. той тежи 200 милиграма. Въпреки нищожното си



Магазин от веригата в мол в Сао Пауло


© РОЙТЕРС



тегло обаче гуаманатите с 1 карат струват много скъпо, защото скъпоценният камък по принцип е с ниска плътност.

Локомотивът на американската бижутерна промишленост няма спирачки. През 1926 г. Tiffany & Co. иницират въвеждането на стандарт и за чистотата на платината – PT 950, по които работят всички бижутери в света. Марката става нарицателно и при изработката на дизайнерски входни врати от желязо и стъкло, които и днес се радват на особена популярност. Международ-

ната репутация на Tiffany & Co. продължава да се развива като главен бижутер в производството на подаръци за най-скъпите моменти в живота на човека. Защото са символ на традиция, стил и качество. Tiffany & Co. не продава коралови бижута, за да защити изчезващите коралови рифове, и купува диаманти само от страни, които се наблюдават от международната система за контрол на произхода на скъпоценните камъни. Така компанията се опитва да пресече пътя на „кървавите диаманти“.

Но престижът и красотата струват скъпо. В най-новата Blue Book колието Tiffany Majestic е оценено на 12 млн. долара. Бижутото има над 300 ръчно нарязани диаманта, обгръщащи 30.31-каратовия безупречен диамант канка. 

В клопката на ИМЕЙЛА

БЛАГОВЕСТА
КИРИЛОВА

Начинът, по който имейлът промени и улесни общуването, безспорно е една от най-удивителните тенденции, свързани с интернет и новите технологии.

Проверката на електронната поща вече може да се прави навсякъде и по всяко време, а повечето хора изобщо не могат да си представят какво биха правили без нея. Подобно на телефона и телевизора, тя се превърна в неразделна част от живота ни, в нещо, което отдавна приемаме за даденост. Въпреки многобройните прогнози, че все по-засилващата се мания по социалните мрежи ще намали ефекта от имейл цунамито, водещите интернет анализатори са категорични, че поне в близко бъдеще няма никакъв шанс това да се случи. Точно обратното – популярността на електронната поща ще продължи да се увеличава. Както и броят на хората, които са убедени, че не могат да съществуват без нея. Горчивата истина е, че имейлът, чието основно предназначение е да улесни работата ни и да ни предостави по-голяма свобода, в много случаи прави точно обратното – превръща се в

инструмент за поддържането на напращив импулс

Той е свързан с нуждата ни непрекъснато да проверяваме дали имаме нови писма, въпреки че сме напълно наясно, че повечето от тях са абсо-

лютно безполезни или скучни.

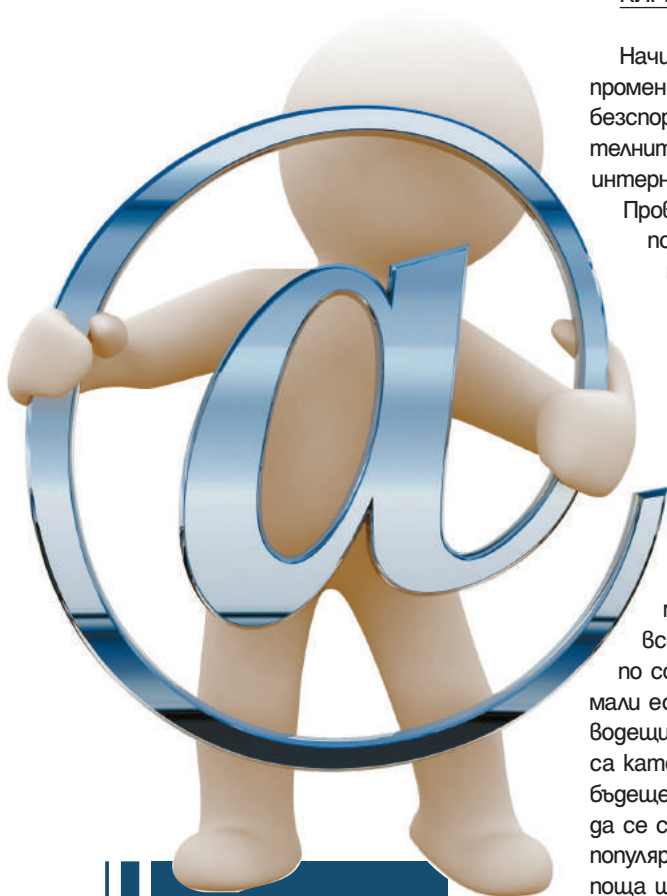
Психолозите обясняват, че тази фикс идея се подхранва от съвсем съзнателното ни убеждение, че ако не отваряме пощата си през няколко минути, ще пропуснем нещо изключително важно, от което бихме могли да имаме огромна полза. Резултатите от мащабно проучване, проведено от американската медийна компания AOL през 2011-а, показват, че 25% от хората са категорични, че не могат да живеят без имейла си повече от 3 дни, 56% започват да чувстват тревога и потиснатост, ако нямат достъп до него, а 60% го проверяват дори когато са на почивка.

Анкетата е показала също, че пристрастяването към електронната поща в много случаи

подтиква към рисковано или неуместно поведение

76% от участниците са признали, че проверяват своята, докато шофират, 59% - докато са в банята, а 11% - в интимни моменти.

Според психолозите голяма вина за това има и създаващият усещане за щастие хормон допамин, малки количества от които се отделят при всяко отваряне на имейла. А непредсказуемият начин, по който пристигат важните писма, прави проверката за тях също толкова пристрастяваща, колкото са игралните автомати и някои хазартни игри. Дори хората, които са убедени, че държат нещата под контрол, отварят имейла си по-често, отколкото си мислят, и последиците от тези прекъсвания далеч не са за подценяване. Томас Джаксън, професор по психология в университета Лоубъроу, е установил, че връщането към предишното занимание след проверка на електронната поща отнема на мозъ-



Според психолозите в много случаи той е не по-малко пристрастяващ от хазартните игри, а комуникацията посредством него е далеч по-неефективна и подвеждаща, отколкото предполагаме



ка средно около 64 секунди. Това означава, че хората, които я отварят на всеки 5 минути, губят над 8 часа седмично само в пренастройване към работата си или друго занимание.

Броят на тези хора е притеснително голям, както показват резултатите от изследване, проведено от екип психолози от Западния университет в Шотландия. 35% от участниците са заявили, че проверяват имейла си на всеки 15 минути. При последвалото наблюдение обаче се оказва, че го правят през 5 минути.

„За тези хора това не е съзнателен и добровolen акт, а натрапчив импулс, за който те дори не си дават сметка – обяснява ръководителката на изследването г-р Карън Рено. – Напрежението, свързано с постоянното отваряне на имейла, причинява стрес, а той пък в много случаи води до здравословни проблеми.”

В психологическо отношение другият много сериозен недостатък на електронната поща е склонността на хората да

надценяват способността си да комуникират ефективно

посредством нея. Серия от проучвания, проведени от Джъстин Крюгер, професор по психология в Нюйоркския университет, са доказали, че и изпращащите, и получаващите имейли рядко осъзнават колко неефективни са те в предаването на емоции и настроения, независимо дали става дума за радост, гняв, хумор, сарказъм и т.н. Без подсказ-

ките, предоставяни от езика на тялото, е изключително трудно да се комуникира извън буквалното значение на думите, а емотиконите са крайно ненадежден помощник в това. Така писма, чиято цел е да се изкаже добре премерено неогорбение към някого или нещо, могат да бъдат възприети като гневни тиради, а сериозни коментари – да бъдат погрешно изтълкувани като сарказъм. Нещо повече – г-р Крюгер е установил, че повечето хора изобщо нямат представа, че имейлите им са разбирани неправилно.

Според психолозите, занимаващи се с този проблем, в основата му стои егоцентризмът. Разбира се, това далеч не означава, че повечето хора са с нарцистични наклонности, а просто, че трудно се разграничават от собствената си перспектива и не могат да си представят как е възможно твърденията им да бъдат възприети по съвсем различен начин. А с увеличаването на популярността на имейла възможностите за неефективно общуване също нарастват.

„Проблемите на писмената комуникация не са нови, хората пишат писма от векове – казва Никълъс Епли, професор по психология в Чикагския университет. – Но различното на електронната поща е бързината и лекотата, с която можеш да пращаш и получаваш коментари. Това създава усещането, че този вид писмена комуникация е доста по-неофициална и доста по-разбираема, отколкото е в действителност.

Повторното прочитане на имейл често разкрива много неща, които са ни убягнали при първото. Препоръчително е дори да се прави на глас,

защото това дава възможност да се улови евентуална двойственост на смисъла. Ако имейлът е особено важен, човекът, който го е получил, може да си даде кратка почивка между двете прочитания и чак тогава да се захване с отговора. А най-доброто решение е да се обади по телефона – особено ако става дума за предаване на емоционални състояния, в които имейлът често е безсилен, безполезен или направо вреди.”

Онлайн кореспонденцията обаче е доста благоприятна почва за прокарването на лъжи. Психолозите са установили, че в сравнение с хартиените писма и телефонните разговори имейлите са двойно по-пълни с тях. Основната причина за това е, че интернет създава у хората усещането за по-голяма свобода, като в същото време ги кара да чувстват, че разполагат с анонимност, а оттам – и с ненаказуемост.

„Фактът, че имейлът предоставя огромно количество подвеждаща и невярна информация, сам по себе си е достатъчен да накара хората да не се чувстват толкова дълбоко свързани с него, колкото и полезен да е – казва г-р Крюгер. – Всеки път когато почувствате нужда да проверите електронната си поща, си задайте въпроса дали в действителност очаквате важно писмо и от кого. Ако не можете да дадете незабавен и категоричен отговор, значи просто действате по навик. Помнете, че не съществува такова нещо като спешен имейл или такъв, който ще се самоунищожи, ако не го прочетете веднага. Неотложните въпроси се решават по телефона или очи в очи.”

АНТОН АНДОНОВ

Той е милиардерът, който три пъти обявява банкрут. Въпреки това днес има 2,9 млрд. долара в банковата си сметка, а името му – по негова собствена преценка - струва 4 млрд. Американски бизнесмен, известно лице от телевизионния екран и познат глас от радиоефира, писател и строг баща – това е Доналд Джон Тръмп (Donald John Trump). Всъщност само споменаването на името веднага навява асоциации с 58-етажната лъскава сграда Trump Tower на Пето Авеню в Манхатън, отгавна превърнала се в символ на лукс и престиж, които могат да си позволят само най-добрите. Тук на цели три етажа е любимият апартамент на богаташа, а в сградата живеят „Мис Америка“, „Мис Вселена“ и „Мис Тийн САЩ“ – конкурси, чиято марка гържи Тръмп. Тук е и главната резиденция на бизнесмена, която струва 50 млн. долара. В сградата се помещават централата на Qatar Airways и огромен магазин на Gucci, а сред гордите собственици на апартаменти е и саудитският

принц Мутаиб бин Абдул-Азис.

Бизнесменът

Президентът на най-голямата в САЩ строителна компания Trump Organization и основател на Trump Entertainment Resorts, която управлява безброй казина и хотели по целия свят, има славата на екстравагантна личност, чиито костюми струват колкото бюджета на средностатистическо американско семейство. Милиардерът обича да живее на бързи обороти и мрази да се разделя със служителите си. Въпреки това стана известен по целия свят с фразата „You are fired!“ (Уволнен си!), която дори регистрира като търговска марка през 2004 г. Участието в американското риалити „Стажантът“ (The Apprentice) му донесе популярност и звезда на Алята на славата в Холивуд през 2007 г. и помощна за реализацията на много от социалните му проекти, защото Тръмп даде всички заработени от него пари за благотворителност. А те не са никак малко! Шоуто, в което той търси ръководител за една от своите компании между 16

Парите обичат Доналд Тръмп – едва ли някой се съмнява в това. Той все пак е на върха след три фалита



Мистър
„УВОЛНЕН СИ!“

кандидати, а победителят получава едногодишен договор за работа в „Тръмп Организейшън“ с начална заплата от 250 000 щатски долара, му осигуряваше хонорар за първия сезон през 2004 г. 50 000 долара на епизод. Година по-късно – за втория сезон – милиардерът заработваше по 3 000 000 долара на предаване.

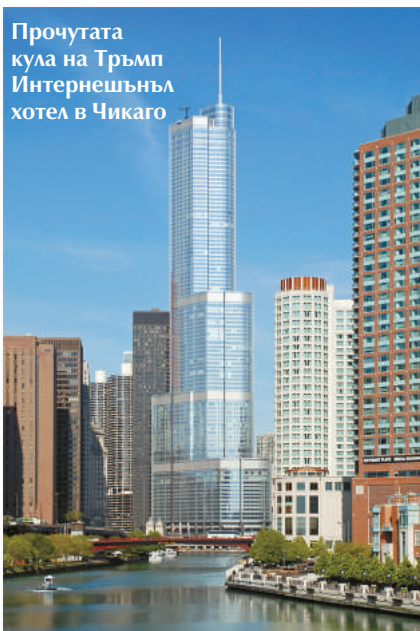
„Имам достатъчно пари, за да не ми се налага да работя до края на живота си. Но тръпката и удоволствието от сделките не ми дават мира. Искам да работя и се вбесявам, видя ли свой служител без пламък в очите и желание за успех“, откровеничи 65-годишният милиардер.

Началото

Роденият на 14 юни 1946 г. в Куинс в семейството на строителния магнат Фред Тръмп Доналд е четвъртото от петте деца в семейството. Компанията на баща му се развива отлично и първите стъпки в света на недвижимите имоти бъдещият милиардер прави в нея. В началото дава под наем къщи на семейства от средната класа в кварталите Бруклин и родния Куинс в Ню Йорк. Преди това обаче учи в училището Кю Форест, но заради буйния си нрав набързо е изпратен в Ню Йоркската военна академия, която укротява тийнейджърските му страсти. Доналд се захваща зриво с футбола и в годините 1962-1963 играе американски футбол, но заедно с това тренира и бейзбол. През 1964 г. дори е капитан на бейзболистите. След това учи две години в университета във Фордъм и продължава образованието си в едно от най-добрите бизнес училища в САЩ - Wharton Business School, което е погшанката на университета в Пенсилвания. През 1968 г. започва работа в компанията на баща си - Trump Organization, като дипломиран бакалавър по икономика със специализация в областта на финансите.

Първият му бизнес проект е реконструкцията на хотел „Комодор“, който се преражда в „Гранд Хаят“. Успява да продаде „на зелено“ 66 % от апартаментите от затворен комплекс от 1200 апартамента в Синсинати, Охайо, което му донесе чисти 6 млн. долара печалба. Пвярвал в усета си за правене на бизнес и разчитащ най-вече на нюха да прави пари от най-безнадежните строителни проекти, за Доналд

Прочутата кула на Тръмп Интернешънъл хотел в Чикаго



Тръмп вече няма спирачки. И успехите му следват със зашеметяваща скорост. Той предлага на властите в Манхатън да построи Конферентен център за 110 млн. долара, въпреки че сметките на властите сочат цифрата 1 млрд. Бизнесменът първоначално не получава и правото да построи легена пързалка в Сентрал парк през 1980 г., но след 6 години лутане и харчене на пари кметството на Ню Йорк приема офертата му, а пързалката става една от най-големите атракции на Голямата ябълка. Тръмп все пак доказва, че може да строи евтино, бързо и качествено, след като издава проекта за половин година с икономия от 750 000 от предвидените в бюджета 3 млн. долара.

Той прави едни от най-красивите и функционални жилищни сгради в Ню Йорк. Не се притеснява да премери силите си и в авиационния бизнес, купувайки компанията Eastern Shuttle и казина в Атлантик сити, но истинската му страст се казва голф игрища и комплекси. Неговата Trump Organization купи този февруари известния голф курорт Doral Golf and Spa Resort в Маями за 150 млн. долара, което е с 20 млн. по-малко от цената, която Тръмп предложи да плати за фалиралото селище през октомври миналата година. Най-новите амбиции на милиардера са да превърне курорта, който има 700 хотелски стаи и четири голф игрища, в поредната печеливша инвестиция.

Фалит 1

Друга такава негова амбиция – казиното Taj Mahal в Атлантик сити, го доведе до първия му фалит. Бизнесменът вложи 1 млрд. долара в проекта, но трябваше да признае, че е объркал сметките. През 1991 г. кредиторите му се съгласиха да получат 50% от казиното и да загубят стотици милиони долари от понижените лихви по отпуснатите кредити, както и да разсрочат вземанията си. Година по-късно Тръмп бе принуден да даде по същата схема 49% от Trump Plaza Hotel в Атлантик сити на Ситибанк, а шансовете да погасява личния си дълг от 900 млн. долара и още 3,5 млрд. долара заеми за компаниите си клонят към нулата. Но само в очите на безнадежно влюбен в цифрите счетоводител, невиждащ перспективата отвъд тях. През следващите три

години Тръмп не само че успя да погаси всичките си дългове, но и направи структурни промени в бизнес империята си, създавайки публичната компания Trump Hotels&Casino Resorts. Въпреки това се раздели с авиокомпанията си Trump Shuttle, но запази „Тръмп тауър“ в Ню Йорк и продължи да ръководи три казина в Атлантик сити. Макар и притиснат до стената, бизнесменът не се съгласи да работи като мениджър и да управлява азиатски капитал в строителния бизнес на лобимия му град, въпреки че от сделката щеше да спечели 30% от печалбата след продажбата на сградите.

Фалит 2

През 2004 г. обаче дългът на Trump Hotels&Casino Resorts нахвърля 2 млрд. долара и Тръмп отново обявява банкрут. Но схемата за спасението му вече е ясна – той отново реструктурира империята си, което намалява дяловете му от 56% на 27%, а новото име на основаната през май 2005 г. компания е Trump Entertainment Resorts Holdings. В същата година реже лентата на поредната си



гордост – 72-етажния „Тръмп уърлڈ тауър“, построен точно срещу сградата на ООН в Ню Йорк.

Фалит 3

Финансовата криза през 2008 г. го хвана отново неподготвен. Тръмп бе принуден да спре строителството на хотел в Тампа, а това доведе до липсата на 40 млн. долара, които трябваше да върне на Deutsche Bank. Така личната история на милиардера се обогати с още един банкрут, която го изкара от ръководството на Trump Entertainment Resorts през 2009 г.

Но Тръмп знае, че диверсификацията на бизнеса е другият ключ към успеха. Дори строителният бизнес да спре, той ще печели гостатъчно от финансовия холдинг Parker Adnan Inc., от който притежава 17,2%, от ипотечната компания Trump Mortgage, от компанията за продажба на жилища - Trump Sales and Leasing, ресторантите „Тръмп“, туристическия уебсайт GoTrump, модната линия за облекла, часовници и аксесоари Donald J. Trump Signature Collection, парфюма „Доналд Тръмп“, Trump Golf. Ексцентричният милиардер има регистрирана на свое име дори водка – Trump Super Premium Vodka и Trump Steaks., а всяка публична реч само за час му носи 1,5 млн. долара. Но и това не е достатъчно за него - преди година навлезе на пазара за хранителни добавки. Той успя да организира компания, която се развива по схемата мулти леъл маркетинг - Trump Network, и продава витамини без посредници и магазини. Продуктовата листа включва мултивитамините PrivaTest, препаратите за отслабване Silhouette Solution и серията енергийни напитки QuikStik.

Небостъргачите

Въпреки това милиардерът се чувства най-добре в строителния бизнес. Последната построена от компанията му сграда е най-високата в Латинска Америка. Тя се извисява на 284 м, има 70 етажа и бе открита миналата година. Хотелът е във формата на корабно платно, стойността на проекта е 400 млн. долара и е първият извън САЩ хотел от веригата „Тръмп Оушън Клъб Интернешънъл Хотел & Тауър“. Твърди се, че най-скъпият апартамент струва 1 млн. долара, а най-евтиният – 250

Позирайки с бивши носителки на титлата Мис Вселена (Miss Universe Beauty Queens)



Как се става милиардер? Рецептата на Тръмп

1. Обличайте се добре. Дрехите казват за нас много неща още преди да сме отворили уста
2. Провокирайте околните
3. Станете свой собствен финансов експерт
4. Научете се да се защитавате и не се доверявайте дори на най-добрия си приятел, защото той може във всеки момент да посегне на Вашите жена и пари
5. Грижете се за косата си
6. Избягвайте ръкостисканията, за да не хванете болест. Трябва да сте в перфектно здраве
7. Станете роб на интуицията и слуга на инстинктите си
8. Бъдете оптимист, който е готов за неудачите
9. Обръщайте внимание на детайлите
10. Подписвайте брачни договори

000. 50 млн. долара пък струва личният апартамент на милиардера в „Тръмп тауър“, разположен на 3000 кв. м площ на три етажа. В него всичко е от злато, сребро и мрамор, а апартаментът се смята за най-скъпия в Ню Йорк. Доналд Тръмп има сграда и на емблематичната бизнес улица Уолстрийт. Неговият „Тръмп билдинг“ там в момента струва 400 млн. долара. Бизнесменът има три казина в Атлантик сити и небостъргачи в Чикаго, Лас Вегас, Ню Джърси и Ню Орлеанс. Той притежава хотели в Корея, Канада, Дубай, Панама, Доминиканската република и Мексико. Формулата на успеха за него е проста - когато хареса сграда или парцел, плаща най-добрата цена. Не се интересува от мненията на експертите и загърбва предупрежденията, че може да излезе на загуба, и превръща начинанието си в истинска златна мина. Напук на уроците в часовете по финанси, които съветват в условията на конкуренция цените да падат, Тръмп прави точно обратното - увеличава ги и винаги печели. В света няма сграда, построена от него, на която да не е изписано името му.

Спортни страсти

Доналд Тръмп е известен като най-големият собственик на голф игрища в света. В САЩ за него



© РОЙТЕРС

заложи на шампиона на САЩ Боби Лешли, докато за Макмахън се би междуконтиненталният първенец Умага. Лешли обаче размаза Умага и така освен президентството на WWE Тръмп получи правото веднага да обръсне главата на своя конкурент на мига, за да защити честта на перчема си. И не пропусна да го стори пред сащисаните погледи на милиони пред ТВ екраните. Твърди се, че Доналд е болезнено обидчив на тема външен вид. След сутрешния гуш, той чете вестници, а косата му бавно съхне. „Всичко това отнема около час, защото никога не използвам сешоар. Когато косата ми изсъхне, я реша и щом

да не се ръкува и не докосва нищо, ако не му се налага.

Портфейлът

Отчайващо празен е портфейлът на милиардера. В него той носи три банкноти от по един долар. На едната банкнота има рисунка от баща му, другите две са спечелени от басове. Вместо 100-доларови банкноти в портмонето гордо се разполага платинена карта от Американ Експрес и няколко кредитни карти, които си правят компания със семейни снимки, изрезка от вестник с гописка за негов проект и пропуски за голф клубове. Може би за да напомня за реализираната мечта на тий-нейджъра, който не иска да живее в бедняшкия Куинс. С последните си пари Доналд наема апартамент в Манхатън и въпреки ниския си социален статус успява да стане член на един от най-аристократичните клубове в Ню Йорк - Ексклузив клуб. Това е място за богаташи, но Тръмп е приет в него, след като обещава, че няма да се навърта около жените на останалите членове. Славата му на Дон Жуан ще го преследва през целия му живот. В Ексклузив клуб Доналд Тръмп създава контактите, които ще му носят пари по-нататък в живота. Тук решава и започва да колекционира сгради, яхти и се разделя с детската си страст - да събира картинки от гъвки.

Благодетелят

Бизнесменът отлично знае цената на връзките в бизнеса и никога не остава глъжен на никой. Но с още по-голямо удоволствие Тръмп раздава пари, когато е убеден, че трябва да го направи. Хроникьори с удоволствие припомнят гарените от шоуто „Стажантът“ пари и разказват как Тръмп се отблагодарява на безработен механик, който успял да поправи повредената му лимузина на пътя. Мъжът просто спрял да помогне на милиардера и след като успява, на няколко пъти отказва да прибере предложените му от Тръмп пари. Богаташът е потресен отवेशината на механика и на следващия ден изпраща букет цветя на съпругата му. В плика с картичката към цветята жената с изненада открива освен писмените благодарности на милиардера и писмо от банката с вестта, че ипотеката



С настоящата си съпруга Мелания

работят 6 национални голф клуба – в Бедминстър, Колтс Нейк, Лос Анжелис, Уест Палм Бийч, Вашингтон и Уичестър (Ню Йорк). Преди шест години Тръмп купи 5,7 кв. км. на север от шотландския град Абердийн, където искаше да построи голф курорт за 2 млрд. долара, но заради протести на местни еколози милиардерът бе принуден да се откаже от идеята си. Така Тръмп искаше да плати „кръвен данък“ на Шотландия, откъдето е майка му. Тя пристига в Ню Йорк на 18 г. и повече не го напуска. Всъщност дядото и бабата на милиардера по бащина линия са с немски произход. Семейството на Фредерик Тръмп (истинската му фамилия е Друмф) емигрира в САЩ през 1885 г.

За седем дни Тръмп е президент и собственик на кеч манията „Първична сила“, част от WWE. Историята на това президентство е колкото смешна, толкова и поучителна. Неговият добър приятел и собственик на Федерацията по кеч Винс Макмахън си прави шега с перчема на милиардера и го обявява за „лош“. Двамата милиардери си спретнаха дуел като част от турнира „Wrestlemania 23“. Но вместо самите те да излязат на ринга, избраха по един спортист, който да ги представлява. Тръмп

застане във вид, който ми харесва, дори никой друг да не я одобрява, я напръскам с лак и излизам“, разказва Тръмп.

За спорта през 2000 г. милиардерът премери силите си в кандидатпрезидентската надпревара в родната Америка, колкото да разбере, че политиката не е за него, като кандидат на Реформистката партия. Щабове на останалите кандидати бързо надушиха, че Тръмп страда от жермофобия - страх от заразяване с бацили, и пуснаха в действие убийствения за политическите му амбиции въпрос – Какъв президент ще е Тръмп, ако не може да се ръкува с хората. Този страх всъщност е причината той никога

на къщата им е изплатена. Друг път Тръмп приема да изиграе ролята на банкера в едно от изданията на „Сделка или не“. Той толкова харесва стратегията на играча, че въпреки спечелените от него 25 долара му връчва чек за 1000 пъти по-голяма сума - 25 000 долара.

През 2005 година Доналд Тръмп открива и онлайн университета Trump University. Учебното заведение предлага курсове по инвестиране в недвижими имоти, предприемачество и мениджмънт.

Сватби и разводи

Напук на славата си на Дон Жуан, създадена от таблоидите, Тръмп е женен само три пъти. По страниците на вестниците обаче винаги е с различна красавица. „Мъката да загубиш пари след развода е много по-голяма от мъката да загубиш съпругата си. Затова винаги подписвайте предбрачен договор“, съветва той след развода с първата си съпруга чехкинята Ивана Зелничкова, който му излиза 400 млн. долара. Двамата се женят през 1977 г., имат три деца - синовете Доналд-младши (роген 1977 г.) и Ерик (роген 1984 г.) и „слабостта на Тръмп“

- Иванка, която се ражда през 1981 г. Милиардерът и Ивана се развеждат през 1992 г., но още на следващата бизнесменът сключва брак с актрисата Марла Мејпълс, която през същата година ражда дъщеря им Тифани. Разводът с втората му съпруга през 1999 г. излиза доста по-евтин – само 1 млн. долара, заради погписа на Марла под предбрачния договор. „Двете така и не успяха да се преборят с най-голямата ми любов – да правя това, което обичам“, изповяда след разводите богаташът.

В момента Доналд е щастливо женен за трети път за топмодела от Словения Мелания Кнаус. Двамата се венчаха през 2005 г. в Палм Бийч. Мелания роди третия син на Тръмп, който се казва Барон и спи в легло, обковано в злато. Въпреки че е 24 г. по-млада от него, тя е лудо влюбена в милиардера. Обича домашния уют, готви вкусно, вечер двамата излизат навън. Ако се развеждат, ще вземе само 10 млн. долара заради застраховката с предбрачния договор, сключен между двамата.

Тръмп има славата на строг родител. Преди няколко години той продаде на сина си Ерик апартамент за 2 млн. долара и категорично отказа да смъкне цената

© WWW.TRUMP.COM



Дъщерята Иванка и синовете Доналд младши и Ерик

дори за него. Дъщеря му Иванка е вицепрезидент в компанията на баща си, притежава и управлява компания за бижута и успя да го направи за трети път дядо, след като роди момиченце на 17 юли 2011 г. Тръмп има две внучета от сина си Доналд-младши – момиченце на име Кей Медисън и момче, кръстено на дядо си – Доналд Джон Тръмп.

Самият Доналд Тръмп има двама братя и две сестри - Фред-младши, който почина наскоро, Робърт и сестрите Мериън и Елизабет. По-голямата му сестра Мериън е съдия във федералния апелативен съд и майка на известния в САЩ невропсихолог и писател Дейвид Дезмънд. 🍷



Милиардерът практикува хобито си - голф, на игрището в Абърдийн, Шотландия

„В България все още не е съвсем ясно каква точно е ролята на продуцента – казва Красимир Стоичков, управител на компанията Manufactura, която се занимава с изготвянето и реализацията на различни проекти в областта на рекламата, киното, телевизията, фотографията, графичния и уеб дизайн. – У нас често се случва режисьорът сам да си е продуцент – не само от страх да не му откраднат парите, но и заради желанието си да има контрол върху целия творчески процес. Тук обаче изниква проблемът дали да се направи компромис за сметка на творчеството или за сметка на парите.”

Студиото на Красимир съществува от 1999 г. По онова време той следва операторско майсторство в НАТФИЗ и се занимава активно с фотография – както творческа, така и комерсиална. Запалва се по снимането още като дете, а в 10 клас завършва курс и в продължение на 4-5 години чиракува в едно от малкото съществуващи тогава студия за цветна фотография в София.

Има богат опит като фоторепортер и като оператор на тв предавания, а в момента се занимава основно с независима продуцентска дейност и преподава технология на аудио-визуалното производство в Националната художествена академия. Един от проектите, с които е ангажиран активно, е младежкото предаване „БунтART”, излъчвано по БНТ, както и в ефира на радио „Тангра мега рок”.

Продуцентът
Красимир
Стоичков:

Правим бунт през изкуството

- Каква беше първата ви стъпка от фотографията и операторството към продуцентството?

- Дипломният ми проект в НАТФИЗ. Виктория Маринов, моя колежка режисьор от същия поток, ми предложи да бъда оператор на нейния дипломен филм и се разбрахме, че ще се самоинвестираме и ще подготвим целия проект самостоятелно. Беше трудно, защото нямаше финансова помощ. Сега има субсидия, но тогава даваха 200 лева на режисьор за дипломирането. Филмът ни струваше 15 хиляди евро, защото беше една от последните продукции на НАТФИЗ на 35-милиметров кинолента. Наложих се да направим много точен разчет на финансите за технологичната част и отделно да изберем актьори, да направим подготовката и да приготвим сценария, така че този продукт да бъде завършен и интересен за аудиторията. Тогава професорът по режисура Иван Ничев ни каза, че след като сме успели да направим филма, оттук напред нищо няма да ни спре. Но има други бариери, които пречат на човек, който иска да се развива и да прави нещо, да го прави по нормалния начин.

- Освен финансови какви са тези

бариири?

- Коруиция. И то за жалост в частния бизнес ужасно силна.

- Какво точно имате предвид?

- В нашето студио правим корпоративни филми. Няколко пъти съм кандидатствал по обществени поръчки – различните министерства обявяват за реализация интересни аудио-визуални продукти, които имат информативно-образователна функция. Но те се печелят от хора, които дори не са кинаджии, там има други връзки и механизми. Затова казах „Краи!“ и затворих окончателно тази страница. Но след като разбрах, че и в частния бизнес нещата са опорочени, това вече много ме обижда.

Агенциите са склонни да дадат 200 хиляди лева в една голяма частна тв медия за излъчване на рекламен клип, но не са склонни да дадат с 10 или 15 хиляди евро повече за производството му в България. Откупуват се правата на заснети някъде по света клипове на съответната марка и се адаптират на български при нас. Но комуникацията не е същата, различно е, няма идентификация. Кешбекът към рекламната агенция вече достигна 20%. Оттам клиентът губи, защото с тези пари той може да направи по-добър продукт, но вече ги е дал, за да бъдат върнати на рекламната агенция, която да избере подизпълнителя. Такава е опорочената практика. Не ме е страх да говоря за това, защото то трябва да бъде променено и клиентите да знаят, че се случва. Защото договорите се сключват на международно ниво – една голяма агенция обслужва един голям клиент. Но в България нещата не са окей.

- Има ли шанс да се промени това според вас?

- Да, чрез директен контакт с клиента, в който да бъдат обсъдени както творческите въпроси, така и административните. Защото не е работа на клиента да знае кои са творците в България. Агенциите трябва да ги намерят. Лошото е, че те често защитават продукти, за които не са сигурни, че са качествени, защото иначе се дискредитират, след като са направили този избор.

- Излиза, че в България е трудно да бъдеш творец, без да си бизнесмен.

- Можеш, но трябва задължително да имаш някой до себе си, който да дръжи тези неща. Аз като човек, който организира цялото производство, често пъти съм поставен под натиска на икономическите фактори – по-ниска цена, бърз срок, безплатни корекции и т.н. Още не сме достигнали нивото на опит и на механизми на продуцента, хората наистина не знаят какво означава това. А то в превод означава производител. Той трябва да намери добрия сценарий и добрия проект, в който вярва, след това точните хора, които да го да изпълнят,



и, разбира се, да осигури финансирането.

- В днешно време кой дава пари за култура и изкуство в България?

- Националните фондове за култура, Националният филмов център, БНТ с нейната обществена функция, различни фондации, частният бизнес. След премиерната прожекция на филма си „Чужденецът“ Ники Илиев излезе и каза: „Благодаря на бизнеса, който ме финансира.“ Има начини да се намират пари, ако човек знае какво точно иска и е подготвил проекта си добре. Моята амбиция в момента е в две посоки. Едната са телевизионните продукции, но не сериали, а по-скоро документални риалити шоута, които са извън студиото, освободени са и улавят живота без това жълто и бигбратърско наблюдение. Предаването „БунтART“ е точно в тази посока.

- Заглавието му е доста хитро.

- Да, режисьорът го предложи. Искахме да се бунтуваме, защото бяхме недоволни от корупцията и от всичко, което се случва. (Смее се) Като творци искаме да пречушим този бунт през арта по някакъв начин.

- Може ли да се тълкува и от гледна точка на това, че е бунт да се занимаваш с изкуство в днешно време?

- (Смее се.) Да, интересно е това, не бях се замислял.

- А каква е групата ви основна посока на работа, за която споменавате?

- Искам да направя студио за пост-продукционна дейност. В момента в България няма място, където външен продуцент, който прави филм, тв предаване или груп аудио-визуален продукт, да го финишира според необходимите изисквания за представянето му пред голям брой зрители. Всичко се прави по домашному, масовата практика е в един апартамент да се сложат два компютъра и да започне да се монтира. Има няколко студия, които правят това, но те работят на много високи цени. Искам да създам алтернатива на това и да работя както с рекламни агенции, така и с телевизии. Обработката на сериалите, които се снимат в момента например, е на много ниско ниво. А е

възможно зрителят да получи по-добра картина и звук на финала. Има студията, които трябва да бъдат покрити. Не може с цел икономия на специалисти или компютри да се прави компромис към продукта. В момента търся стратегически инвеститор, който да ни повярва и да ни подкрепи. Иначе вече имам схемата за това как трябва да се случват нещата и мога да контролирам такова производство. Защото за да управляваш, трябва да можеш и да контролираш.

- Затова ли записахте икономическа специалност?

- Да, записах маркетинг в УНСС. Дълго време не можех да разбера защо маркетинг специалистите искат промяна, която не е логична за мен като автор. Но вече знам за какво става въпрос. Сега от моите колеги изисквам прецизност и неподценяване. Има го този момент: „Абе, стига с тези глупости! Това е червено, защото трябва да бъде малко по-червено!“ Да, но в бизнеса това червено, ако е в конфликт на интереси с червеното на друг бранш или фирма, има проблем.

- А не ви ли се занимава с кино?

- Много ми се занимава с кино в постпродукцията, защото тази линия, която ние ще изградим, ще бъде направена на най-високо ниво и за кинопроизводство, не само за чисто комерсиални неща. Големите агенции и фирми не дават шанс на младите автори, които излизат от НАТФИЗ или от Нов български университет, защото не вярват в способностите, мотивацията и опита, който са натрупали. Неслучайно в момента режисьорите, които работят активно, се броят на пръстите на едната ръка. Тук вече войната е на агенциите, а не на авторите. Продуцентите не рискуват, защото не са в бранша, те са обвързани икономически по групи линии. А е много по-лесно да избереш един млад автор, който има енергията, може да издържи 12 часа, без да седне, може да мисли, може дори в монтажа да му хрумне нещо и да вкара някаква свежест и иновативност. Ако се получат нещата със студиото, ще подкрепя всеки интересен български проект. 🍷

40-годишната дизайнерка управлява модна империя за милиони, оборвайки всички клишета за тежестта на фамилното си име



Стела Маккартни

успех без компромиси



БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

За прогнозата на модните корифеи, че 2012-а ще остане в историята като годината на Стела Маккартни, има доста сериозни основания. В края на февруари тя се превърна в безспорната сензация на Лондонската седмица на модата, като представи новата си колекция не на традиционно ревю, а по време на бляскава вечеря, претърпана със знаменитости и съчетана с интерактивно шоу. Събитието отбеляза по подобаващ начин фешън завръщането на Стела на родна земя, след като през последните 16 години творенията ѝ бяха показвани само и единствено в Париж. Малко преди това тя отвори огромен нов бутик в Ню Йорк, а съвсем скоро ѝ предстои да направи същото в Лондон и

в Пекин.

И това не е всичко – на предстоящата през лятото олимпиада британските атлети ще носят екипи по нейн дизайн. В цялата история на Изрите това е първият път, в който водач моделер облича национален отбор. Дори само този факт говори достатъчно за позицията на Стела в модната индустрия и отбелязва поредния връх в кариерата ѝ, която през последните 10 години ги завоюва непрекъснато. Откакто през есента на 2001-а основа компанията си, носеща нейното име, дъщерята на легендарния биътълс Пол Маккартни се радва на популярност, която е далеч извън пределите на демографската категория, купувача албумите на баща ѝ. Годишните приходи на въпросната компания са в

размер на над 120 млн. долара, като освен дамски облекла Стела прави колекции за деца, има собствени линии за козметика и луксозно бельо и от 2004-а си сътрудничи повече от успешно с гиганта Adidas. Стоките с марката Stella McCartney

се продават в над 50 страни

а бутиците ѝ до момента са 23 на брой, включително в Париж, Рим, Милано, Лос Анджелис и Маями. Вегетарианка още от дете и активен член на природозащитната организация ПЕТА, Стела категорично отказва да използва кожа и други животински продукти в колекциите си. Вместо това обувките от нейната марка се правят от винил и пластмаса, а чантите и коланите – от лико и различни платове. Подобен лукс могат да си позволят много малко вогеши дизайнери. Но Стела отдавна е известна с това, че стои твърдо зад принципите си и не се огъва под натиска на критиките.

„Начинът, по който родителите ми ме научиха да гледам на света, стои в основата на това, което съм и с което се занимавам – казва тя. – Израснах с убеждението, че трябва да ме е грижа за природата и за всички същества, с които споделяме тази планета. Мама и татко ме научиха, че трябва да се отнасяме с другите така, както искаме да се отнасят към нас. Това е най-ценният урок в живота ми.”

Стела се ражда на 13 септември 1971 в Лондон в пица на бащината си слава и при доста драматични обстоятелства. Спешно цезарово сечение спасява на косъм живота ѝ и този на майка ѝ Линда – първата съпруга на Пол, която умира през 1998-а от рак на гърдата. Докато тя е в операционната, музикантът се моли горещо детето да се роди „на крилете на ангел”. Няколко месеца по-късно това го вдъхновява за името на групата му „Уингс”, което в превод означава „криле”.

Първите години от живота на Стела минават в безкрайни пътувания по света покрай турнетата на бандата. Впоследствие семейство Маккартни се установява във ферма в Есекс, където дизайнерката

ФАКТИ



Стела на 2 години с родителите си

- ✓ Кръстена е на двете баби на майка си.
- ✓ Второто ѝ име е Нина.
- ✓ Висока е 165 см.
- ✓ Синовете ѝ се казват Милър и Бекет, а дъщерите – Бейли и Райли.
- ✓ Празненството по случай сватбата ѝ през август 2003-а продължава 3 денонощия в замък в Шотландия, а булчинската ѝ рокля е осъвременен модел на тази на майка ѝ от 1969-а.
- ✓ Сестра ѝ Мери е фотограф, а брат ѝ Джеймс – музикант.
- ✓ През 2007-а е избрана за британски дизайнер на годината, а в края на 2011-а получава специална награда от Британския моден съвет за колекцията си с празнични облекла.
- ✓ Върху подметките на всички обувки от колекциите ѝ има надпис „Подходящи за вегетарианци”.
- ✓ През 2000-а ушива булчинската рокля на Магона за сватбата ѝ с Гаи Ричи.



Със съпруга си Алистър

твърди, че с двете ѝ по-големи сестри – Хедър (от първия брак на Линда) и Мери, и по-малкия ѝ брат Джеймс са имали

съвсем обикновено детство

и са се чувствали свободни както никъде другаде. Родителите им са изключително либерални и ги оставят да скитат сами и да яздят коне по цял ден. Разглеждайки снимки от онова време, приятел на Стела веднъж ѝ казва, че тя, Мери и Джеймс приличат на циганчета – загорели от слънцето, раздърпани и с ръце, пълни с домашните бисквити на Линда. След фотографията и музиката готвенето е нейната най-голяма страст, а експериментите ѝ в кухнята нямат край. Особено след като двамата с Пол решават да станат вегетарианци.

„Спомням си този момент много добре, бях на 4-5 години – разказва Стела. – Един ден мама и татко ни събраха и ни казаха: „Решихме въпреки вече да не се яде месо, но от вас зависи дали също ще станете вегетарианци.” Ние преценихме, че не пречи да опитаме. Мама приготвяше толкова вкусни ястия, че така и не изпитахме нужда отново да ядем месо. В училище понякога се чувствахме малко странно, защото искахме да се смесим с другите деца, а когато някой празнуваше рождения си ден в McDonald's, госта се смущавахме. Не че не ни беше позволено да се храним там – просто сами предпочитвахме да ядем само картопки и сладолед.”

Смесването с другите деца е трудно не толкова заради вегетарианството, колкото заради славата на Пол. Стела признава, че съучениците ѝ нито за момент не ѝ позволили да забрави чия дъщеря е. Естествено по най-лошия начин. Затова още тогава тя твърдо решава, че ще се занимава с нещо, което няма нищо общо с музиката.

„Избрах модата не само защото не исках да вървя по стъпките на родителите си, а и защото винаги съм я обичала – казва днес Стела. – Но не съм толкова глупава да си мисля, че фамилието ми име не е помогнало на кариерата ми. То ми

предостави възможността да не правя компромиси. Защото винаги съм знаела, че дори да се проваля, пак ще бъде окей. Това е привилегия, с която много малко хора разполагат.”

На 13 години ушива първото си сако

на 15 изкарва неколкomesечен стаж при дизайнера Кристиан Лакроа, а на 20 я приемат в престижния лондонски колеж по изкуства и дизайн „Сейнт Мартин”. Ревюто, представящо дипломната ѝ колекция през пролетта на 1995-а, е нещо, за което повечето ѝ състуденти само могат да мечтаят – супермоделите Наоми Кембъл, Кейт Мос и Ясмин ле Бон участват в него безплатно, защото са ѝ приятелки, а музиката е написана от Пол специално за случая.

На следващия ден Стела украсява първите страници на почти всички британски всекидневници, а цялата ѝ колекция е изкупена от лондонски бутик. 2 години по-късно е избрана да наследи Карл Лагерфелд като творчески директор на парижката модна къща Chloé. Възмутен, маститият дизайнер заявява следното пред медиите: „От компанията трябваше да изберат голямо име не в музиката, а в модата. Да се надяваме тя да е толкова талантлива, колкото е баща ѝ.”

На Стела ѝ е нужно госта време, за да свали обвиненията в шуробаджанашина. Фактът, че най-близките ѝ приятелки са Мадона, Гуинет Полтроу и Кейт Мос, допълнително усложнява тази задача, макар че още първата ѝ колекция за Chloé е определена от американския Vogue като „неопровержимо доказателство за таланта ѝ”. Затова през 2001-ва решава да започне на чисто – да напусне компанията и да основе собствена. Гигантът Gucci Group се съгласява да я финансира, но настоява за 51% от акциите. След дълги преговори обаче тя успява да си извоюва равна собственост. Казва, че нито за момент не ѝ е хрумвало да моли баща си за пари, защото в семейството ѝ не било прието да се прави така, а се ценяла здравата работа.



С Мадона на сватбата ѝ с Гай Ричи в края на 2000-а. Булчинската рокля е по неин дизайн



Гуинет Полтроу и Кейт Мос са сред най-близките приятелки на дизайнерката



Първото ревю на Стела за собствената ѝ марка е грандиозен провал. Облеклата ѝ с предизвикателни надписи и чантите ѝ във формата на китари са разкритикувани остро от модните журналисти. И я карат да осъзнае, че не бива да се опитва да бъде такава, каквато не е. Оттогава прави точно обратното –

създава грехи, които би носила самата тя

Успехът ѝ се крие в това, че облеклата ѝ са колкото бляскави и ефектни, толкова удобни и практични. Стела е сред малкото дизайнери, които правят всекидневни тоалети, а не само вечерни. Сама признава, че силата ѝ никога не е била в роклите за червения килим.

„Опитвам се да накарам жените, които купуват грехите от моите колекции, да се чувстват толкова важни и специални, колкото си мислят, че са известните личности – казва Стела. – Защото наистина са такива.”

Самата тя е твърде далеч от определението за знаменитост и в модните среди е известна с претенциозността и ненапратчивия си изискан стил. Също като покойната си майка слага грим изключително рядко и въпреки звездния си приятелски кръг предпочита домашния уют пред тузарските партита. Със съпруга ѝ Алисър Уилис – собственик на рекламно-консултантска компания, са женени от лятото на 2003-а и имат двама сина и две дъщери. Почти всеки уикенд семейството прекарва в имението си в провинцията, на 2 часа път от Лондон, където има коне, понита, овце, огромна зеленчукова градина и много цветни лехи.

„Аз съм на първо място майка и съпруга и чак след това дизайнер – казва Стела. – Намирам се в много хубав период от живота си. Преди време си мислех, че ако казвам, че съм щастлива, всички ще ме мразят. Но преживях много трудности, загубих един от най-скъпите си хора и ми трябваше госта време да се възстановя. Сега най-накрая чувствам, че ми е позволено да бъда щастлива.”



БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

Твърдението, че нито един тоалет не изглежда завършен, ако към него не е прибавена чантата, отдавна се е превърнало в модно клише. Съюзът между тях има предълга история, но е колкото негелум, толкова и сложен. До такава степен, че чантата може тотално да съсипе и най-прекрасния тоалет или пък да направи и най-скупия да изглежда атрактивен. Съвършено отражение на стила, модните познания и финансовото положение, тя е абсолютен първенец по продажби в категорията на аксесоарите. Повечето жени дори не могат да си представят да излязат от къщи без чантата, защото това би означавало да се лишат от вещи от първа необходимост за оцеляване в градската джунгла – от портмоне, мобилен телефон и гримове до лаптоп и връхна греха.

За последните две последователките на модните тенденции ще трябва да измислят друг вариант за пренасяне през пролетните и летните месеци. Защото водещите дизайнери без изключение насочиха предпочитанията си към чанти със скромни и дори мини размери. Ето какви по-конкретно са актуалните модели:

Въпрос

Без гръжки

Тези загължителни допълнения към вечерните и празничните тоалети през настоящия сезон се превръщат в неразделна част от всекидневната мода, но, разбира се, в уголемен вариант. Чантите от тази категория се носят в ръка или под мишница, като моделите са изключително разнообразни – от супер изчистени тип „пощенски плик“ до снабдени с джобове, катарамы, кашки, странични ципове и метални украшения. Колкото до цветовете, правилото е, че неутралните са подходящи за офиса и за официални събития, а ярките отиват на по-небрежно облекло.

Прегъващи се

Те станаха част от тенденциите при чантите преди две години и по всичко личи, че ще загържат позициите си още известно време. В зависимост от модела, могат да намерят място както в елегантния стил, така и в небрежния. Особено

Тенденциите пролет/лято 2012 повеляват размерите да не надвишават средния, но затова пък предоставят богат избор по отношение на моделите и цветовете





НА ЧАНТА

актуални са чантите, наподобяващи голямо портмоне, които се затварят със секретно копче.

Тип „ученически“

Фактът, че комбинират удобството с възможността за постигане на модерно и дори елегантно излъчване, напълно обяснява популярността на чантите, чиято гръжка се премията през главата. Макар на вид да не изглеждат особено големи, те побират учудващо много неща, което ги превръща в идеален избор за жените, които не са почитателки на чантите с прекалено малък размер. Моделите са изключително разнообразни, като някои са направени така, че могат да се носят дори като раница.

С къси гръжки

Тъй като този модел чанти обикновено са с госта внушителна големина, правилото за средния размер тук има нужда от изрично подчертаване. Като компенсация за това ограничение при избора на модели няма категорични прави-

ла. Колкото до гръжките, за предпочитане е те да са кожени или метални, но гървените, пластмасовите и плетените също не са извън тенденциите.

Миниатюрни

Малките чантчици, които се носят през рамо или с гръжка, омотана около китката, винаги са имали запалени почитателки, защото изглеждат изключително интересни и кокетни. През този сезон обаче те са не просто малки, а миниатюрни – буквално колкото гланта. Излишно е да се споменава, че са абсолютно непрактични, освен ако не са снабдени с външни джобове.

Цветове

Макар вечните класики черно и кафяво никога да не излизат от актуалност и да са предпочитани от повечето жени, когато става дума за чанти, през пролетно-летния сезон те със сигурност не са най-добрият избор. Особено като се има предвид, че при облеклата настъпи тотално господство на пастелните тонове. В категорията на неутралните цветове при чантите абсолютен хит ще е бялото, а негов достоен подгласник ще е светлобежовото. На другата крайност застават ярките и гръзки нюанси, които също се връзват перфектно с пастелните облекла. Най-много почитатели сред дизайнерите си спечелиха чантите в яркочълто, а веднага сред тях се наредиха яркосиньото, тъмнорозовото и оранжевото. Онези, които не желаят да експериментират с никой от тези цветове, могат да заложат на модел в черно с ципове, катарамии или други метални украшения в златисто.

Само за мъже

Мъжките чанти станали постоянен обект на въображението на водещите дизайнери преди повече от 20 години, така че сами по себе си вече не изненадват никого. Още по-малко изненадващо е, че през този сезон тенденциите при тях приличат в голяма степен на тези при дамските модели. Най-актуални ще са кожени чанти с къси гръжки, напомнящи куфарче, но с госта по-малък размер и по-омекотен дизайн. Особено подходящи са за мъжете с елегантен стил, на които се налага всеки ден да носят лаптоп, документи и повече от един мобилен телефон.



По-непретенциозен вариант на тези чанти са моделите тип „торба“. Те също са с къси гръжки, но не е задължително да са кожени, а могат да бъдат и от брезент.

За мъжете с небрежен стил пък очевидният избор са чантите, които се носят през рамо. Единственото правило е да са изработени от несинтетичен материал – за предпочитане от кожа, брезент или велур.

В цветово отношение важат същите тенденции като при дамските чанти, като се изключат, разбира се, розовото и ярките тонове.





Виктория Бекъм е най-запалената звездна почитателка на чантите Birkin

Birkin om Hermes

Случката, провокирала създаването на най-популярната чанта в света, звучи като филмов сюжет. През 1981-а Жан-Луи Дюма, президент на могния гигант Hermes, пътува от Париж за Лондон по работа. В самолета до него седи актрисата и певица Джейн Бъркин. Когато понечва да сложи сламената си чанта в багажното отделение над седалката си, съдържанието ѝ се разпилява на пода. Ядосана и без да подозира кой е човекът, който седи до нея, Бъркин му се оплаква, че ѝ е невъзможно да си намери голяма, но елегантна чанта. Три години по-късно получава от Дюма именно такава – черна, кожена, много шик и кръстена на нейно име. Оттогава Бъркин не иска и да чуе за друг модел, а всяка уважаваща себе си звездна гама притежава поне една бройка от него. Да се добереш до чантата, не е никак лесно, още по-малко пък бързо. Чакането продължава от няколко месеца до няколко години, а цената е между 9 хиляди и 150 хиляди долара – в зависимост от размера и вида на кожата. Въпреки прословутата бавна изработка на чантите обаче Виктория Бекъм притежава внушителна колекция във всякакви цветове и размери. Най-скъпата от тях е от крокодилска кожа с диамант на закопчалката, подарена ѝ от съпруга ѝ Дейвид за Коледа. От този модел до момента са изработени само още две чанти.

Kelly om Hermes

Моделът се произвежда от галечната 1935-а, но името и популярността си придобива през лятото на 1956-а. Тогава Грейс Кели, принцесата на Монако, използва своята, изработена от крокодилска кожа, за да прикрие от фоторепортерите първата си бременност, тъй като новината за нея все още не е съобщена официално. Снимките обикалят света и правят чантата обект на желанието на хиляди последователки на модата. Моделът Kelly е подобен на Birkin и се изработва със същата прецизност, но е с по-строг дизайн и е подходящ за по-официални събития. Притежането му се смята за огромна привилегия, а цената му започва от 4 хиляди долара.



Грейс Кели и принц Рение през лятото на 1956-а, малко преди да обявят, че чакат първото си дете. Принцесата крие корема си с модела на Hermes, който впоследствие е кръстен на нейно име

Chanel 2.55

Легендата гласи, че Кoko Шанел измисля дизайна на модела с гръбни гръжкивериги, защото иска дори докато носи чантата, ръцете ѝ да са свободни. Chanel 2.55 започва да се продава през 1955-а и бързо се превръща в любима на жените, ценящи удобството и изчистения дизайн. Днес се изработва в разнообразни цветове и е предпочитана от един куп звезди, сред които Гуинет Полтроу, Дженифър Гарнър, Клаудия Шифър и Мила Йовович.



Любимата чанта на Кoko Шанел отдавна е любима и на хиляди жени по света

Lady Dior

За популярността на чантата, чийто дизайн е дело на Жанфранко Фере, допринася принцеса Даяна, която в началото на 90-те години започва редовно да се появява с нея на официални събития. Моделът е изключително елегантен и съвсем изчистен – с правоъгълна форма, къси обли гръжки и метални пръстени в златисто, на единия от които са закачени буквите D, I, O и R. Чантата се продава в различни цветове и е много популярна сред звездните и богати гама по света. Нейно рекламно лице в момента е френската актриса и носителка на „Оскар“ Марион Котияр.



Принцеса Даяна прави модела Lady Dior изключително популярен



Сара Джесика Паркър с чантата Fendi в кадър от сериала „Сексът и градът“

Baguette om Fendi

От всички чантикони тази е най-кокетната, но и с най-малък размер – може да побере само най-необходимото като мобилен телефон, ключове, пари и червило. Създадена е през 1998-а от Силвия Фенди с идеята да бъде нещо като минипроизведение на изкуството, което да подхожда на всеки тоалет. Още на следващата година чантата се превръща в истински хит благодарение на Сара Джесика Паркър, която я носи в един от епизодите на сериала „Сексът и градът“. Днес може да се намери във всички цветове на гъзата и се изработва от различни видове кожа, сред които крокодилска и от норка.

ЗЕМЛЯТА

И до днес произходът и залезът на цивилизацията на Великденските острови остават загадка за учените, но за туристите това е място за райски удоволствия

Едно от най-загадъчните и уединени места на планетата се намира в Тихия океан на 4000 км от Чили и на 2075 километра от най-близкия остров - Питкерн. В миналото тук са живели около 15 000 души, но днес обитателите му са едва 3 700 човека. Историята на остров Пасха е забулена в тайни и загадки, намерили най-яркото си превъплъщение в каменните статуи, разпръснати по цялата му територия, с труднопроизносимото име моаи. Преданието сочи, че те са тайнствени божества, които пазят острова от Външни нашественици, търсеци груго от съкровищата на острова – идеално гладкия камък, наречен „Пъпът на света“.

АНТОН АНДОНОВ

Местните жители наричат божествения остров Рапа Нуи. Според грузи поверия неговото име е Те Пито О Те Хенуа, което според местното наречие означава „Пъпът на света“. За стария свят обаче той е известен като Великденския остров или Пасха. Каменната територия суша, разположена на 163,6 кв. км, отдалечена от останалия свят и обградена от вода, е островно владение на Чили. Официалният език е испански, а островът е едно от най-изолираните места на планетата. Той е създаден от три вулкана - Поуке, Рано Као и Теревака. Историци и археолози и до днес спорят откъде са дошли първите му обитатели, как са го открили и защо внезапно

но са го напуснали. Какво ли се е случило с живота тук, за да накара местните да напуснат това райско кътче, отличаващо се с мек климат и превърнато в опустошена територия с изсъхнала трева, изгоряла растителност и без дървета и гори храсти. Изследователи от наши дни са открили едва 47 вида висши растения на остров Пасха, но не и птици, змии или гущери. Сухият сезон тук продължава от юни до октомври, средните температури през януари са 25 градуса, които през юли падат до 19. Целият остров е осеян от подземни пещери, които се простират под земята, а за обхождането им са необходими няколко месеца.

Предполага се, че полинезийският остров е открит за света през 1578 г. от испанския капитан Хуан

НА ВЕЛИКАНИТЕ



Фернандес, който по неизвестни причини запазва откритието в тайна. Загадъчната му смърт малко след това забулва мистерията за съществуването му за още 144 години - до 5 април 1722 г., когато навръх Великден холандският адмирал Якоб Рогеveen преоткрива самотния остров. Заради религиозния празник новата територия получава името Пасха или Великденски.

Една от най-големите му загадки се оказват разпръснатите по цялата му територия стотици гигантски статуи на хора със специфични черти на лицата. Величествените каменни статуи, стряскащи с размерите си от 1 до 11 метра и тежина 10 - 75 тона, се наричат моаи. Общият им брой е 900, а 200 от тях са изправени. Великаните са били издялани в каменна кариера на острова, където все още има недовършени „полегнали“ фигури. Древните жители са направили статуя, висока цели 20 метра, но по неизвестни причини тя никога не е изправена.

Готовите моаи „пътували“ към морето от каменоломната цели 10 км. Те били изработени от пемза и представлявали фигури с много големи глави, с тежки изпъкнали брадички, големи уши и масивни тела, но без крака. Великаните били поставяни върху каменни постаменти, чиято дължина достига 150 м, а височината - 3 м. Съществува легенда, която разказва, че след като бъдат на-



Сватба на остров Пасха



правени, моаите

сами тръгвали към океана и избирали мястото, на което да застанат

Археолозите и днес не могат да дадат еднозначен отговор на въпроса, защо всички моаи са обърнали гръб на водата и гледат към сушата. Предполага се, че те служат за защита на местните

жители, а единствената композиция от няколко моаи в редица, които не са по брега и гледат към океана, най-вероятно са първите заселници на острова, които гледат към старата си родина.

Обвит в тайна остава отговорът на въпроса защо телата им са представени само от кръста нагоре. Най-широко разпространеното обяснение твърди, че това са високопоставени хора или герои на отдавна изчезнало местно племе. Древните майстори първо издялвали лицето им, след това са оформили тялото до кръста. От едната страна изравляли ров, за да могат да я изправят, като зад фигурата изсипвали постепенно чакъл и пясък. Накрая идвал един от най-трудните етапи. Предполага се, че са поставили статуята на нещо като люлка или люлеещ се стол върху въжета. Теглели ги внимателно и така статуята бавно се придвижвала до определеното място. Там фигурата



Безмълвните богове

Турове

била завъртана заедно с люлката си и изправяна, като отново насипвали чакъл и пясък, за да не падне.

Някои от тях имат на главата си червена каменна шапка, която според учени от университета в Манчестър е направена от скали, образувани от гревен вулкан. Всяка шапка тежи няколко тона. Тя е изработена на място и прекарана до голямата по дълъг път, посипан с червена вулканична пепел. Най-вероятно това са обожествени племенни вождове, но истината остава скрита, също както и предназначението на друг открит артефакт - каменна брадва. Всъщност истинските изправени великани са видяни за последен път през 1830 година от пристигналата на острова френска ескадра. Предполага се, че всички статуи са съборени в междуплеменните войни, бушували на острова по това време, защото с бутането на моаите на земята те губят силата си да защитават племето и земята. Битува теория, според която убийствено цунами помита всички статуи на земята за минути.

„Новите“ моаи са възстановени през XX век, а последната реставрация на 15 статуи бе завършена в периода 1992-1995 г. от японски специалисти, когато островът е включен в списъка на ЮНЕСКО за световното културно наследство като Rapa Nui National Park. Загадката около моаите остава неразкрита и в записките на капитан Джеймс Кук, който посещава Великденския остров през 1774 г. В тях той твърди, че местните жители му разказали, че преди 22 поколения

Пътят от София до Великденския остров задължително минава през Чили. От Сантяго лети местна авиокомпания, която предлага различни цени до летище Матавени. Местните жители плащат по-ниски цени от туристите, въпреки че пътуват в един и същ самолет. Полетът трае около 3,5 часа, но друг начин да се доберете до о-в Пасха няма. Няколко са туристическите фирми, предлагащи екскурзия от България до тайнственото място. В зависимост от продължителността цената варира от 2590 евро за 9 дни до 3249 евро за 13 дни, като включва и тур в Чили. В програмата е включена обиколка на острова, разглеждане на платформите Аху Ваиу с 8 големи моаи с червени каменни шапки, Аху Акаханга с 4 пагнали сред руините моаи. Легендата разказва, че тук е погребан първият крал на острова Хоту Матуа. Маршрутът преминава през Аху Тонгарики с 15 величествени моаи, обърнати с лице към острова, вулкана Рано Ранаку, превърнал се в символ на острова и обиколка на залива Ла Пероус. Разбира се, не е забравена и друга голяма атракция на острова - Аху Те Пито Кура (Пъла на света). За любителите на по-екстремните удоволствия фирмите предлагат и изкачване до наблюдателната площадка на вулкана Рано Као, откъдето се открива величествена панорама към целия остров и гигантския кратер с диаметър 1.5 км., който днес е пълен с вода. Пещерата Ана Каи Тангата пази рисунки на гревните хора, а Аху Акви е гревна обсерватория и светилище от 1460 г., пазена от единствените 7 огромни моаи, обърнати с лице към океана.

вождът Хоту Матуа довел предците им на този остров, но откъде са тръгнали никои от тях не знаел. Това кара учените да се обединят около

три хипотези за произхода на островитяните

Според първата заселниците са дошли от другите Полинезийски острови между 300-1200 г. от н.е., което обяснява сходните черти между културите на остров Пасха и Полинезия. В периода на най-голям разцвет на културата на Рапа Нуи (XVI-XVII в.) тук са живели 15 000 души. Те били разделени на два различни социални слоя - „дългоухи“ и „късоухи“. „Дългоухите“ били повече и се ползвали с повече права и облаги, а „късоухите“ най-често били техни слуги. Предполага се, че „късоухите“ вдигнали въстание и избили до крак „дългоухите“. Непрекъснатите войни обаче и човешката дейност, която изяджала и без това ограничените природни ресурси, довели до упадък на културата на Рапа Нуи. Населението намаляло и се отдало на канибализъм. В края на XIX век голяма част от жителите на острова били пленени и отплавали на кораби като роби, за да работят на плантации в Перу. Така населението на остров Рапа Нуи се стопява да 111 човека през 1877 г.

Норвежкият археолог и антрополог Тур Хейердал обаче е на друго мнение. Той твърди, че съществува физическо сходство между конструкцията на главата при

каменните колоси на остров Пасха и някои народности в Южна Америка. Според него островитяните са преплували Тихия океан от бреговете на днешно Перу до Полинезия, а за да докаже теорията си, същото прави и той на сала „Кон-Тики“.

Най-новата теория твърди, че първите заселници на Великденските острови са пристигнали около 1200 г. пр. н.е. Учените смятат, че изследване с метода за радиовъглеродно датироване на проби от пръстта на острова доказва тази хипотеза. Тя оборва разпространеното схващане, че цивилизацията, населяваща Великденския остров, е изчезнала внезапно след векове на постепенно развитие. Оказва се, че вина за срива на живота на острова имат европейците. Според изследователите нашествениците донесли непознати болести и отвели част от населението в робство. Вина за изчезването на живота от остров Пасха имат и плъховете, които са пристигнали тук с първите полинезийски заселници. Те успели да се размножат мълниеносно и да достигнат популация от 20 млн., защото на острова гризачите нямали естествен хищник, който да регулира броя им. Плъховете унищожили палмовите семена, в резултат на което гърветата изчезнали.

Така или иначе обаче Рапа Нуи е единственото място в Тихия океан със своя местна писменост, наречена ронго-ронго, която за съжаление остава неразчетена и до днес.

Загадките на Великденския остров продължават да удивяват не само учените. Тук се намира едно от най-причудливите церемониални селища в света. То е построено в кратера на най-големия вулкан на острова Рано Кау и се нарича Оронго. Мястото представлява

каменен квартал от 53 къщи без прозорци и врати

и един-единичък вход, през който се влиза само ако успееш да се провреш през него. Твърди се, че е гостатъчно да постоиш 1-2 минути, за да можат очите ти да свикнат с мрака и да започнат да



виждат в тъмното. Тогава, изкачвайки се обратно нагоре, виждаш заровени 395 моаи, а броят на останалите остава поредната загадка на острова.

На остров Пасха се намира т.нар. Пъп на света. Това е най-кръглият камък, носещ тайните на всемира и център на най-важните енергийни линии на Земята. За това говорят и откритията на съвременни биохимици, според които в почвата на острова се крият биохимични вещества, които забавят стареенето и удължават живота. Учените направили експеримент с тези вещества върху мишки и доказали техните невероятни свойства. Сега те вече са само на крачка от създаването на хапче, което ще отлага старостта.

В наши дни остров Пасха е населен предимно с бездомни кучета и пуснати на воля коне. Всъщност според някои, ако населението е 3000 души, то конете са поне 4000 и създават истински проблеми на пътя, защото никога не знаеш откъде могат да изскочат.

Сред основните атракции за спомен освен традиционния полинезийски цветен гердан за туристите днес има и специални раковини от острова с перо от птица в нея. Според поверието то ще те дърпа обратно към Великденския остров, но ако се върнеш пак, трябва да хвърлиш обратно раковината в океана, за да разкаже тя за видяното от нея по света. 

Великденският остров е запазил непокътната една от най-пищните си традиции – сватба на острова. Днес ритуалът се предлага като атракция на туристите, решили да дадат обет за вярност на това райско кътче от планетата. И наистина няма по-вълнуващо събитие от това, да обещаеш да споделиш живота си с човека до теб по местните обичаи. Прег погледа на каменните скулптури полуголи мъже размахват резбовани тояги, танцуват и припяват, сякаш изпаднали в космически транс под звуците на ритмичните удари от барабани. По традиция булката е облечена в бяло, младоженецът – в черен панталон и бяла риза. Нерядко обаче двойките избират и по-неформално облекло, дори направо плажно. Бъдещото семейство застава пред изпитателния поглед на достолепен мъж, наметнат с наметало, който води церемонията на рапануински. Прег младоженците направо на земята се поставят сакрални предмети, които като магнит привличат енергията на Космоса и я насочват към тях. Затова старецът им подава да докоснат всеки от свещените предмети. След като



Атракциите тук никога не спират

младите обеща- ят пред божества- та да се обичат до края на дните си, те получават в дар резбован скип- тър, украсен с ан-

тропоморфна глава. Той се нарича токококо и според местните вярвания е пазител на острова.



8:00

11:45

TV7. Както виждате



уикенд с
**МИА
САНТОВА**

МИА САНТОВА И ЕМИЛ КОШЛУКОВ ВСЯКА СЪБОТА ПРЕДИ ОБЯД



9:00

TV7. Както виждате



Минералните извори на император Диоклециан



Монументално стълбище и фасада в Четиньова могила при Старосел

ЮЛИЙ СТОЯНОВ

В централната част на България, пог южните склонове на Средна гора, където планината плавно се спуска към Горнотракийската низина, се намира град Хисаря. Той е известен със своите 22 минерални извора с различна температура, които притежават доказана лечебна сила. Освен с природните си богатства Хисаря и неговата околност предоставят изключителната възможност да се посетят едни от най-добре запазените паметници на античната архитектура в България - монументалните гробници на траките при Старосел, както и крепостните стени на гревния Диоклецианопол.

Тайните на тракийските могили

Комбинацията от благоприятен климат и изобилие на минерални води е вероятно сред причините гревните траки да изберат района за център на политическа и икономическа власт. Свидетелство за това са многобройните надгробни могили на аристокрацията от къс-

ножелязната епоха и концентрацията на паметници на монументалната архитектура около Старосел, проучени от известния български археолог д-р Георги Китов.

Най-известният от тях се намира в Четиньова могила, която е разположена върху хълм, доминиращ над околността. Ограда от каменни блокове с дължина 241 метра обгражда могилата и на места впечатлява с височина до 3 метра. Монументално стълбище и открит коридор водят към фасадата на сградата. Каменните блокове, които оформят рамките на входовете, са украсени с врязани и рисувани орнаменти, а перловият низ и йонийската кима им придават допълнителна елегантност. По своите размери и архитектурно оформление с полуколони и цветен фриз централната камера е сред най-представителните паметници на архитектурата от предримската епоха в Източните Балкани. Повече от 4000 големи дялани каменни блокове са използвани за построяването на величественото съоръжение в Четиньова могила. Сребърните и бронзовите съдове, елементите на въоръжението и

Хисаря съчетава уникална природа с най-добре запазените паметници на античната архитектура в България



Кръглата камера в Четиньова могила при Старосел

украсите за конска сбруя, открити в символичен гроб пред могилата, свидетелстват за богатството на тракийските аристократи по времето на Александър Велики (336-323) и неговият баща Филип II (359-336).

Между Старосел и Четиньова могила в местността „Манастирчето“, където всяка година при малкия паракус „Св. Спас“ се провежда събор, се намира могилата „Хоризонт“. В нея е проучен и гостъпен за посещение груг интересен паметник на античната архитектура, който се отличава от познатите досега в древна Тракия със своята колонада в горийски стил.

Римският курорт

След установяването на римска власт в земите на юг от Хемус през 46 г. сл. Хр. и превръщането им в провинция Тракия, около минералните извори в съвременния курорт възниква селищен център. През 293 г. сл. Хр. той получава градски статут от император Диоклециан и името Диоклецианопол. Изграден е по принципите на римското градоустройство с две широки главни улици, пресичащи се под прав ъгъл. Най-представителната обществена сграда в Диоклецианопол е двуетажна постройка, която се намира в централния градски парк на Хисаря. В този комплекс с внушителна сводова конструкция вероятно са отсядали високопоставени гости на древния град, за да се възползват от неговите лековити извори. В непосредствена близост до градската резиденция на площ около 2000 кв. м. е разположен бански комплекс, където са извършвани процедури и лечение с минерална вода. Термите на Диоклецианопол са сред най-добре запазените римски бани на Балканския полуостров и предоставят прекрасна възможност на посетителя да се запознае с устройството на тези сгради през античността. В близост до баните е разкрита арената на амфитеатъра на Диоклецианопол. Там гостите на града, прочут с лечебна вода, и неговите жители,

са наблюдавали спортни игри и са разнообразявали времето си.

През IV в. сл. Хр. поради нашествията на варварите Диоклецианопол е защитен с крепостна стена, запазена на места до 11 метра, 44 кули и четири големи порти. На 300 метра южно от укрепения град се намира изградена от тухли римска гробница с дълъг коридор и пъстроцветна подова мозайка в гробната камера.

Градът е седилище на епископ след въвеждането на християнството през първата половина на IV в. сл. Хр. Разкрити са десет раннохристиянски базилики, сред които се отличава двукорабна църква построена през V в. През Средновековието върху руините на античния град съществува незначително селище, разрушено при нашествието на османците. В последната четвърт на XVII в. селището около изворите е възстановено, а заради внушителните стари зидове от римската епоха е наречено Хисаря, което произлиза от думата за крепост на арабски – хисар.

През втората половина на XIX в. и в началото на XX в. Хисаря се превръща в популярен и модерен за времето си курорт, който предлага прекрасни условия за балнеолечение, подобно на римския Диоклецианопол две хилядолетия по-рано. Градът става известен и със своите паркове около минералните извори, като първият е построен от швейцарски инженер през 1892 г. Съчетанието на богато археологическо наследство с прекрасна природа, лековита вода и красиви паркове, превръщат посещението на Хисаря в незабравимо пътешествие. 🍷



Част от крепостната стена на късноантичния център



Пластична украса над рамката на вход в Четиньова могила

Южната порта на Диоклецианопол и символ на град Хисаря „Камилите,“



Олимпийски кръгове на скандала



© РОЙТЕРС

Олимпийският огън все още не е запален на дребния Олимп, но скандалите около летните игри в Лондон набират все по-голяма скорост. След като организаторите бяха принудени да увеличат бюджета за официалните церемонии, и то в условията на криза, те бяха подложени на кръстосан огън от екологични организации, които ги обвиниха, че са приели спонсорството на „неподходящи компании“. Идеята форумът в Лондон да бъде първата в историята на игрите „зелена Олимпиада“ е на път да се сгромоляса с гръм и трясък, защото сред спонсорите се оказва компания, чиято репутация, меко казано, е нахвърлена - British Petroleum (BP) и Dow, заради причинените от тях екологични катастрофи по света. Въпреки това обаче предварителните разчети сочат, че рекламните приходи от прякото излъчване на церемониите по откриването и закриването на игрите ще достигне 5 милиарда лири.

АНТОН АНДОНОВ

27 млн. лири струва откриването на Олимпиадата в Лондон на 27 юли. Церемонията се нарича „Островът на чудесата“ и е възновена от комедията „Бурята“ на Уилям Шекспир. Въпреки че парите са два пъти по-малко от бюджета за откриването на предишните игри в Пекин през 2008 г. – 65 млн. лири, художественият ръководител на проекта Дани Бойл обещава неговата церемония да бъде „за „Оскар“. Общо 81 млн. лири ще бъдат похарчени за откриването и закриването на Олимпийските и Параолимпийските игри в британската столица тази година. Главен герой в тях ще се превърне новоизлязлата

27-тонна камбана

която ще бъде монтирана в единия край на Олимпийския стадион и ще даде старта на игрите. Камбаната тежи два пъти повече от другата известна камбана на Биг Бен и със сигурност ще се превърне в поредната атракция на Острова.

Парите за церемониите бяха увеличени в последния момент, а промяната в бюджета на Организационния комитет дойде от два от официалните спонсори на игрите - нефтодобивната компания BP и химическата Dow. Това разгневи Грийнпийс (Greenpeace)

и други неправителствени организации, които повярваха на обещанията на организаторите, че „Лондон 2012“ ще бъде най-зелената олимпиада, която почти няма да нанесе вреди на околната среда. Британската компания предизвика най-голямата екологична катастрофа в Мексиканския залив и се смята за една от най-неекологичните корпорации в света, добиваща нефт от Канада до Русия. Нейните обещания, че ще предостави за Игрите екологично гориво и ще неутрализира вредните емисии на самолетите, колите и автобусите, с които в Лондон ще пристигнат зрителите на олимпиадата, се оказаха недостатъчни, а опитите на Организационния комитет да защити BP само засилиха гнева на еколозите.

Другият голям скандал със спонсор на Игрите гръмна в Индия заради американската химическа компания Dow. Олимпийският комитет в Делхи поиска от Лондон да откаже парите на дружеството, което през 2001 г. купи фирмата Union Carbide Corporation, чийто химически завод в Бхопал през 1984 г. аварира и се взриви. Във въздуха се разнесе отровен газ, който уби 18 000 индийци. Union Carbide склучи извънсъдебно споразумение със семействата на загиналите и им изплати обезщетения, но Индия и до днес твърди, че сумите са били крайно недостатъчни. Към призива на индийския

Олимпийският стадион в Лондон



© РОЙТЕРС

олимпийски комитет се присъедини и международната правозащитна организация „Амнести Интернешънъл“ (Amnesty International). Това накара Dow да сваля от рекламните панели на олимпийския стадион своето лого за церемониите по откриването и закриването на игрите, но отстъпката се видя недостатъчна за активистите, които настояват за изтеглянето на компанията, защото тя вреди на „зелената репутация на Лондон 2012“. МОК обаче заяви, че няма да се откаже от спонсорството, защото фирмата не е виновна за трагедията в Индия, и остави Dow сред спонсорите на игрите.

Списъкът на фирми със „съмнителна“ репутация, които спонсорират игрите под знака на петте преплетени кръга, се допълва и от компанията EDF (Електриците го Франс), която доставя електроенергия за олимпиадата, и компанията Rio Tinto, която произвежда олимпийските медали. Металургическият гигант Rio Tinto също като BP замърсява околната среда, а EDF се занимава с... шпионаж. Компанията бе призната за виновна и осъдена от френски съд през ноември 2011 г. по дело, заведено от Greenpeace по обвинение в незаконно проникване в компютърната система на екоорганизацията.

Недоволство предизвикват и парите на McDonald's, която е постоянен спонсор на олимпийското движение от 1976 г. насам. Критиките към нея са, че

популярни спортисти рекламират нездравословен начин на живот

McDonald's обяви през януари тази година, че ще продължи с още 8 години договора си за генерален спонсор на олимпиадите. За „Лондон

Освен че се прочуха с раздут бюджет далеч преди откриването, игрите в Лондон си навлякоха протести и заради спонсорите

2012“ компанията ще построи най-големия в света свой ресторант. Той ще се простира на цели 30 000 кв. м в Олимпийския парк, ще бъде на два етажа и в него ще се хранят едновременно 15 000 души. Американската компания успя да си издейства по време на олимпиадата да не се вижда никакво друго лого освен нейното на опаковката и храната за олимпийците. Това предизвика гнева на британските ресторантьори, които ще трябва да премахнат от „олимпийската“ храна всички свои марки и знаци.

Историята на олимпийското движение обаче помни и случаи, когато самите

и увеличи спонсорската си подкрепа. Тя дори започна да раздава автомобили на младите участници и плати на американски ТВ канал да излъчва състезанията.

В същото време обаче други фирми бяха далеч по-предпазливи и ограничиха бюджетите си от страх да не пострадат имиджът им от една „купена“ олимпиада. Johnson & Johnson се откажа от директно спонсорство на бялата олимпиада в САЩ и се ограничи само с раздаването на безплатни мостри на свои продукти и рекламни материали.

Погобна бе ситуацията с Coca-Cola и игрите в Пекин през 2008 г. Призивите мултинационалните марки да се оттеглят от китайската олимпиада или поне да окажат натиск върху китайското правителство и то да бъде принудено да се откаже от Тибет и да признае

независимостта на Тайван, удариха на камък. Бизнесът тогава успя да отпостави позицията, че политическият натиск е работа на дипломатията, а не на корпорациите. Тази идея накара Coca-Cola не само да не се откаже да спонсорира игрите, но и да подкрепи преминаването на олимпийския огън по територията на Тибет.

Всъщност под преплетените олимпийски кръгове отгавна мируше на пари. И то на много пари. Комерсиализацията на това спортно събитие, което се гледа

на всеки четири години от милиони зрители по целия свят, накара компанията да търсят максималната печалба от него. Техните рекламни пана се превръщат в трамплин за още по-големи печалби, а всяко домакинство дава тласък на местната индустрия. Точно затова компанията водят жестока битка за правото да се нарекат спонсори на олимпиада и са готови да платят за това стотици милиона долари. От своя страна организаторите на игрите са готови да приемат парите на всяка компания дори и след скандали като тези с BP, Dow и McDonald's.



Талисманчетата на игрите

олимпийски игри хвърлят сянка върху добрата репутация на рекламиращите компании. Въпреки това спонсорството на олимпиада се смята за престижно и доходно, а на него се гледа като на възможност да увеличи продажбите и засили разпознаваемостта на марката.

Въпреки скандала с избора на Солт Лейк Сити за домакин на зимната олимпиада през 2002 г., в който бяха намесени членове на МОК, продали гласа си за домакинството на САЩ, компанията General Motors не само не се откажа от участие в тези игри, но

AGRESSIA

GROUP

by CARLOCADDEO
MILANO

Шоурум:

бул. Рожен 22А, тел: 02 936 09 05

Магазини:

София, ул. Алабин 60, тел: 02 980 50 77

София, бул. България 58, тел: 02 859 38 28

Пловдив, ул. Отец Паисий 33, тел: 0894 399 181



BRAND PR

PR • РЕКЛАМА • КОНСУЛТАНТСКА ДЕЙНОСТ

Истинската връзка!

www.brandpr.bg



CHIVAS

LIVE WITH CHIVALRY

www.chivas.com
Консумирай отговорно.