

СЪКРОВИЩА НА ВСЯКА КРАЧКА
с карта **VIVAClub**



-25%

за целия срок на
договора

Мобилни
Услуги



Цифрова
Телевизия



Интернет



 **VIVACOM**
Всичко, което ни свързва

Офертата важи с карта VIVAClub до 31.10.2012 г. при сключване на нов или подновяване на настоящ договор за 12/24мес., за Интернет, телевизионна или мобилна услуга от тарифни линии UniCall и MegaCall. Възможни са ограничения. Повече информация на www.vivacom.bg

www.economymagazine.bg

Брой 18 / октомври 2012 г. / цена 5 лв.

ИКОНОМИКА



Гергана Паси:
**Бъдещето е на
ИТ специалистите**

ГОДИНА II

бр. 10 (18)

www.economymagazine.bg

Икономика

ISSN 1334-374X



9 771314 376006 >



BRAND PR

PR • РЕКЛАМА • КОНСУЛТАНТСКА ДЕЙНОСТ

Истинската връзка!

www.brandpr.bg

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



Брой 18, октомври 2012, година 2

ИЗДАТЕЛ
„СТАНДАРТ ФИНАНС“ АД

ГЛАВЕН РЕДАКТОР
НЕВЕНА МИРЧЕВА

СЪВЕТ НА ДИРЕКТОРИТЕ
Славка Бозукова - председател

Боян Томов
Невена Мирчева

ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР
Боян Томов

СЧЕТОВОДСТВО
Жечка Гълъбова
Гая Йорганова

РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ
Веселина Къртева

РЕДАКТОРИ
Антон Антонов
Татяна Явашева

АВТОРИ
Александър Драйшу
Благовеста Кирилова
Ивайло Даскалов
Красимира Минкова
Людмил Захариев
Светлана Желева
Таня Киркова

ДИЗАЙН
Едуард Лилов
Антон Ковачев

ФОТОКОРИЦА
Петър Йорданов
за MANIFACTURA

ПЕЧАТ
Алианс принт

РАЗПРОСТРАНЕНИЕ
„Стандарт нюз“ АД

www.economymagazine.bg

4 ИКОНОМИКА



8



30

Темата

- 8 - Ценовият галоп на горивата
- 20 - Петролът - манипулация за запазване на статуквото

Интервю

- 22 - Гергана Паси: Бъдещето е на ИТ специалистите

Отличия

- 30 - Новите Оскари на бизнеса

На фокус

- 32 - Предизборни харчове

Политика

- 34 - Избори с неочакван край

Перспективи

- 38 - За една шепа евро

Партньорство

- 42 - Стефан Дюлае:
България е
подходящо място
за инвестиции

Бизнес лидери

- 46 - Да уцелиш десетката

Туризмъ

- 52 - Ваканционни неволи

Развитие

- 54 - Силата на прилива и отлива

Управление

- 58 - Първо трябва икономика,
после изобретения

Енергия

- 62 - БелеНЕ или ДА?

Агро

- 66 - Борислав Петков:
Нарастването на рентата
раздвижи пазара на земя

Медии

- 70 - Кмета.bg –
за лидерите в
управлението



46



62

**72****93****Тенденции**

72 - И дим да ме няма

Кръстопът75 - Движенията на
трудова миграция**Ноу-хау**

78 - Яйцето или пазарът

В кадър

82 - Между две мигвания

Техно

85 - Направи си сам играчка

Уеб88 - Войната за
електронната поща**Генетика**90 - Битка за тайната
на дълголетие**ДНК**93 - В търсене на
вечния живот**Наука**94 - Хероин
без болка**Марката**

96 - Устремът на чайката

Биографии

102 - Да тренираш с Путин

Династии106 - Айрин Лодър
наследница
в действие**Психология**

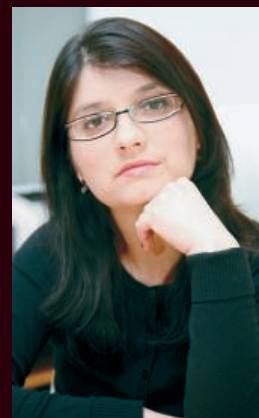
110 - Емоционални вампири

Мода

112 - Дързост и красота

Модерни приказки

115 - Имоти с история

Пътешествие118 - Страната на
розовите корали**Редакционно**

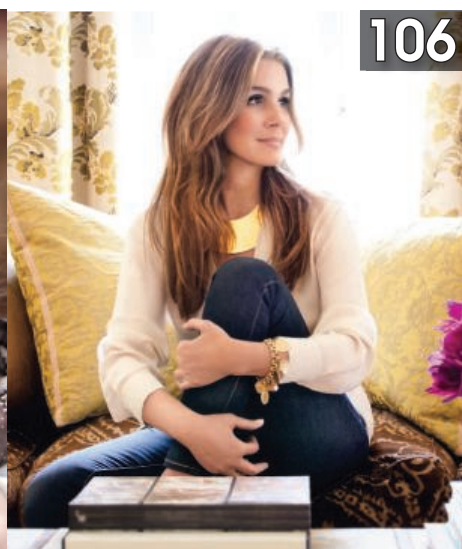
България е страната на противоречията. Ние се радваме на най-бързия интернет в Европа, но само в половината от страната. 46% от българите изобщо са „отрязани“ от широколентов достъп. Какво може да се направи, за да се преодолеят тези диспропорции, разказва българският „цифров шампион“ Гергана Паси в основното интервю на октомврийския ни брой. Веднъж вече тя успя да наложи „революционна“ идея – за едното зарядно устройство за мобилни апарати. Затова поне на 99% сме уверени, че ще сполучи и в настоящата си кауза – да превърне България в Wi-Fi рай. И се съгласяваме с нея, че ИТ секторът е този, който може да издърпа напред цялата икономика.

Сред материалите, които сме подготвили за първия месец на есента, са още кое движи горещите цени на петрола, съвети за стартиращи предприемачи, опитът на хора, които вече са изминали трудния път на развитие на успешен бизнес като Любен Белов и Иван Чолаков.

Не липсват и екзотични статии, които да поддържат духа на отминаващото лято.

*Желая ви приятно
и вдъхновяващо четене!*

НЕВЕНА МИРЧЕВА
главен редактор

**106****118**

Банки подпомагат общините

Общинска Банка АД и банка номер 1 на Долна Австрия - HYPO NOE Group, подписаха меморандум за сътрудничество, като целта е да си сътрудничат за финансирането на публични и търговски проекти на българските общини. Меморандумът бе подписан от Сашо Чакалски, изпълнителен директор и председател на Управителния съвет на Общинска банка и Петър Харолд, главен изпълнителен директор и председател на Управителния съвет на HYPO NOE Group по време на българо-австрийския бизнес форум във Виена в края



Радослав Миленков - член на УС на Общинска банка, Питър Харолд - Изпълнителен директор на Нуро Ное Group, Сашо Чакалски - изпълнителен директор на Общинска банка и Николай де Арнолди - член на УС на Нуро Ное Group, след подписването на документа.

на септември. Форумът бе част от официалната програма на посещението на българския президент Росен Плевнелиев в Австрия. Със сътрудничеството си с HYPO NOE Group Общинска банка ще придобие допълнително ноу-хау по финансирането на проекти, свързани с изграждането и модернизацията на детски градини, училища и групи специфични проекти.

фото ВИКТОР ЛЕВИ



Страната ни разчита да получи 8 млрд. евро за следващия програмен период - 2014-2020 г., каза Томислав Дончев

7 млрд. евро договорени от Европа

За над 7 милиарда евро са договорени, подписани по оперативните програми на Европейския съюз към септември 2012 г. Това са близо 90% от средствата. Два милиарда евро са парите по ОП „Околна среда“ и над 1,4 млрд. евро – по ОП „Регионално развитие“. Реално изплатените средства към края на август са 2,106 млрд. евро, т.е. 26% от договорените. Това отчете министърът по управлението на средствата от Европейския съюз Томислав Дончев, който представи математическия модел SIBILA /Simulation

of Bulgaria`s Investment in Long-term Advance/, който показва макроикономическия ефект върху българската икономика от използването на европейски средства. Съгласно изчисленията по този модел, през 2015 година БВП ще бъде с 9,3 на сто повече от прогнозирания, ако се усвоят изцяло европейските пари. Заемостта ще бъде с 4,8 на сто по висока, а работната заплата би се увеличила с 34,6 на сто. Моделът съпоставя развитието на страната с максимално използване на средствата от ЕС и с изцяло липсващи такива средства.

Създадоха Български център за жените в технологиите

Български център на жените в технологиите ще работи за увеличаване на професионалното участие на жените в сектора на ИКТ и науката. Жените са 41% от дипломиращите се в специалност „Информатика“, но предимно се реализират като учители по информатикни технологии. Това сочат данни на Института за изследване на обществата и знанието при БАН. Изследването беше представено от председателя на новосформирания център Саша Безуханова. Новата организация е част от Европейската платформа на жените в технологиите, която е под егидата на вицепрезидента на Европейската комисия и комисар по дигиталната политика г-жа Нели Круз. Учредители на Българския център са жени на водещи ИТ позиции, експерти по HR и комуникации и изявени жени в науката.

Стимулиране на по-голямо участие на жените във високотехнологично производство чрез образование, което дава конкурентни умения и квалификации, подготовка на следващата генерация млади учени, по-голямо участие на жените в лидерството в ИКТ, стимулиране на младите предприемачи - това са част от насоките за работа на центъра.



Саша Безуханова, Директор „Пулична администрация“ за Развиващи се пазари в Хюлет-Пакард за Централна и Източна Европа, е председател на новия център за жените в технологиите



Ипотечен кредит **Домът** Защото знаем кое е важно за вас

- ~ **0 лв. лихва** за първите три месеца
- ~ **0 лв. такса** за предсрочно погасяване със собствени средства
- ~ **0 лв. вноска** по главницата за първата година

За всеки кредит ще засадим едно 

Ценовият галоп на горивата



Бензинът и дизелът ще извлекат максимума от нашия портфейл

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Цената на горивата покори нов връх. Летен енергиен шок. Бензинът с 5 ст. по-евтин. После „Истерия по бензиноколонките“. Такъв е танцът на горивата: две напред една назад. От години шокните цени не са никаква новина, независимо кой пореден психологически праг ще бъде преминал. Има дежурни заглавия и дежурни обяснения: Петролът, доларът, еврото са фактори, които влияят върху поскъпването. И ако не е единият, то другият удря камшика на по-високите цени на бензина и дизела. Същевременно изискванията към производителите и търговците непрекъснато нарастват, както и техните разходи, това означава нови инвестиции, съответно и по-високи цени на горивата. Оправдания винаги се намират, но потребителите не се отказват да питат защо поскъпват горивата. Много от търговците вече бягат като дявол от тамян при този въпрос и предпочитат мълчанието пред това да „притоплят“ старите си изявления. Но в крайна сметка, който плаща, има право на отговор

защо поскъпват горивата

„Много просто, в България те поскъпват при движението нагоре на котировките на бензина и на дизела, а, разбира се, и на природния газ, вследствие от цената на нефта. Цената на горивата зависи и от курса на долара. През 2008 г. петролът беше изкачил своя ценови Еверест и бе минал 150 долара за барел, но пък доларът тогава струваше малко над 1.20 лв. За сравнение през август 2012-а доларът стигна почти 1.60 лв., после падна до 1.50 лв. Затова при по-високи котировки на нефта горивата бяха по-евтини. Скъпата американска валута дърпа нагоре цените на бензина и дизела, - обяснява Иван Костадинов, търговски директор на „Петрол“. - От 2008 г. насам качеството много се измени. Горивата в България са както в Европа и най-важната промяна е съдържанието на сяра, то е максимално пречистено. Това също оскъпява, както и наличието



Тезата, че бензинът е скъп и не ни е по джоба, контрастира с големите задръствания по градските и извънградските пътни артерии.

Мнение на блогър

на биосъставка – 6% в дизела и 2% в бензина.”

Цените най-силно зависят от политическата ситуация в света, при нестабилност веднага тръгват нагоре. Те са заложник на конфликта в Иран. Всъщност черното злато е най-големият източник на беди. В дъното на военните конфликти от десетилетия стоят интереси и най-често петролът е бил повод езикът на оръжията да измести витиеватия изказ на дипломатите.

Икономиките все още нямат растеж или постигат незначително покачване, но получат ли ускорение, това би засилило потреблението, а оттам, разбира се, и цените (обратно на принципа за по-ниски цени при по-високи обороти). Но в момента тази фактор не действа, гласи друго дежурно обяснение. Защо обаче ако връзката между търсене и предлагане е толкова силна, не се оправда прогнозата от 2008-а, че от финансовата криза ще има една голяма полза - ще плащаме по-малко за бензин?

Покупателната способност

на населението не влияе върху цените, за голямо съжаление на повечето българи. Дисбалансът между цени и доходи у нас е факт, а не фактор, който дърпа цените на горивата надолу. Цифрите по бензиноколонките изобщо не зависят от заплатите, а от цената на нефта, курса на долара, наличието на биодобавка, от

европейските изисквания за качество, акциза и ДДС-то, не се уморяват да повтарят търговците. Ако цената на горивата зависеше от покупателната способност на населението, то у нас бензинът щеше да е 10 пъти по-евтин, отколкото в Германия...

По данни на Европейската комисия компонентата на акцизите, ДДС и екологичните такси формира средно 55% от цената на бензина и 48% от цената на дизела в страните от съюза. За България стойностите са съответно 45% и 42%. За сравнение - в САЩ през последните 3-4 години същият този процент варира между 10% и 16%. С други думи, българските потребители плащат около

три-четири пъти по-високи налози

върху бензина от американците. Докато през 2012 г. в Европа суровият петрол формира между 30 и 40% от крайната цена в различните страни, то от началото на 2012-а над 70% от цената, която американските потребители плащат, е всъщност стойността на суровината, изчисли Явор Алексиев от Института за пазарна икономика.

Мерките на управляващите за ограничаване ценовия ръст при горивата по-скоро пречат, едно такова вмешателство при пазарна икономика не е добре за пазара. Това бе „цената“ на едномесечния маториум през пролетта на миналата година, с който управляващите се

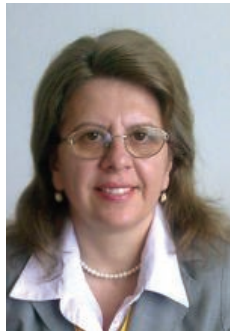
опитаха „да вържат цените“. След този един месец компаниите от бранша в един глас заявиха, че той е довел до големи загуби, след което цената скочи. Сега стане ли дума за правителствена намеса с цел овладяване на посъпването в един или друг сектор, веднага някой скача: „А помните ли какво стана през миналата година, когато кабинетът наложи мораториум...“ Френското правителство не се повлия от негативния опит в България и от извода как в условията на пазарна икономика управляващите не бива да се месят и взе решение за

Временно понижаване на акциза

върху горивата с цел да се ограничи тяхното посъпване. „Ако и други страни последват примера на Франция, то и у нас може да се предприеме подобна стъпка с акцизите. Те имат твърде висок процент в крайната цена и в последно време се чува предложени размерът им да се обвърже с цените - ако горивата посъпнат много, акцизите да падат“, казва Валентин Кънев, председател на Българската черноморска петролна и газова асоциация. Но министърът на икономиката Делян Добрев парира подобни идеи: „Франция не е на минималния акциз за ЕС. Ако бяхме на техните нива на акциза и имахме възможност да го намалим, без да нарушим европейското законодателство, гарантирам, че бихме го направили.“ Добрев уточни, че България, заедно с още 6-7 страни членки на ЕС, искат намаляване на акциза на горивата, защото в САЩ например те са около 7 пъти по-ниски. Както виждаме, България може и да иска, но управляващите не настояват много за редуциране на налога... Все пак акцизите остават възможен източник, с който би могло да се влияе



Снежина Казакова, управител на „DHL Експрес България“:



беше 16% от разходите за транспорт, без ДДС. У нас цената на горивата се опитва да догони европейските нива, Евросъюзът обаче регулира цените на горивата и в България бензинът не може да е по-скъп, отколкото в общността. Транспортните разходи са съществена част от разходите на повечето фирми и е неизбежно високите цени на горивата да имат влияние върху цялата икономика. Много от компаниите в групата на DHL в Западна Европа ползват електромобили. Но в България пазарът все още не е разработен, навяваме се при следващата погмяна на колите зарядната инфраструктура да е изградена. Така ще сме по-екологични, а и по-независими от течните горива. Бихме могли да ползваме и хибридни автомобили и това ще е крачка напред към спестяване.

върху цените, но за бюджета това би било болезнена стъпка. Намали ли се размерът на акцизите, ДДС също се свива. Украйна има много по-гъвкава политика от 27-те: когато цената на нефта отиде нагоре, акцизът веднага пада.

Как да приемем, че България е на минимални акцизи, при положение че акцизите в богата Америка

товарят цените на бензина и дизела

с не повече от 16%. Вместо стара Европа да пришпорва икономиките,

Имаме решение, което не оцетява клиентите

Отдавна сме взели мерки за отразяване цените на горивата в таксата за транспорт. За нас този разход е основен и още преди 4-5 години се мина към това нововъведение. Такса „гориво“ всеки месец варира в зависимост от цените на международния пазар. Всяка компания от голямата четворка в международния бизнес с куриерски услуги публикува каква е такса „гориво“ и какъв процент е тя от транспортната услуга. Начислява се към всяка такса за транспорт. Клиентите смятат, че това е коректен вариант, който им гарантира прозрачност на цените. Те имат доверие, че никоя компания изкуствено не би се опитала да завиши стойностите. През септември например такса „гориво“

Въведохме такса „гориво“, която всеки месец варира в зависимост от цените на международния пазар

за да се пълни хазната на всяка от държавите, тя разчита на горивата, за да „върже“ бюджета. Затова според някои български анализатори най-реалистичният начин за поевтиняване на бензина и дизела е грастичният спад на котировките на черното злато на световните борси, колкото и абсурдно да ни се струва това точно в този момент. На практика обаче спадът в цените на суровия петрол не води до чувствително поевтиняване на светлите горива, и то не само защото в Европа суровият петрол формира между 30 и 40% от крайната цена. Обяснението, което най-често ни се дава, е, че нефтът е само един от компонентите на крайния продукт, но и то е само прах в очите. Затова май по-добре да пропуснете покрай ушите си казаното от президента на Exxon Mobil, че една трета от цената на бензина си е чиста спекулация. Така просто ще пълните резервоара по-спокойно и няма да мислите къде точно отива тази една трета.

НОВА УЧЕБНА ГОДИНА – НОВИ ПОКУПКИ!

Сега можете да ги направите с безгрижна усмивка, без да притесните семейния бюджет, с потребителския кредит **За отличници**, само от **Fibank**!

ПОТРЕБИТЕЛСКИ КРЕДИТ ЗА ОТЛИЧНИЦИ

- 7% годишна лихва* за лева и евро за първите 24 месеца от срока на кредита;
- срок на изплащане до 10 години;
- максимален размер до 50 000 лв. или равностойност в евро;
- без такса за разглеждане на документите;
- без комисиона при предсрочно погасяване.

ГПР Пример: При сума на кредита от 10 000 лв. със срок на погасяване 5 години, с годишна лихва 7% за първите 24 месеца от срока на кредита и при годишна лихва от 11,19% за останалия период, формирана на база БЛП или БЛПкс на Fibank + надбавка**, ГПР е 9,8%, включващо 2% комисиона при отпускане на кредита. Месечна вноска за първите 24 месеца е 198,46 лв., а за останалия период на кредита 211,18 лв. Общата дължима сума е в размер на 12 565,59 лв.



Fibank
Първа инвестиционна банка

генерален
спонсор на



Носител на наградата
„Банка на годината за 2011 г.“



*bank (*2265)
www.fibank.bg

*Формирана за лева БЛПкс на Fibank + надбавка 0,81; за евро БЛПкс на Fibank + надбавка 1,91.

**Надбавката за лева/евро за останалия срок от кредита се определя от индивидуалния кредитен рейтинг на кредитополучателя.

Пълните условия вижте на www.fibank.bg

Промоцията е валидна от 14.09. до 17.11.2012 г., включително, или до изчерпване на определения от Fibank ресурс за кредитиране.

Уж е пазарна икономика, а цените на горивата в България си приличат като сиамски близнаци. Иван Костадинов твърди, че основните играчи работят при много ниски надценки и останалите търговци на пазара са принудени да се съобразяват с тях, иначе губят конкурентната надпревара, а в момента надценката е недостатъчна за покриване разходите на компаниите. Костадинов съветва всеки, който се съмнява, че цените са на границата на оцеляване, да отвори отчетите на публичните гружества, за да се убеди, че те не са на печалба. Той уверява, че това не е въпрос на добри счетоводители, а на реални факти: „Принудени сме да теглим кредити, за да не излезем на червено.” Оказва се, че повечето производители и търговци в България, в това число и търговците на горива, работят на загуба. Това е парадокс, който обаче ни вкарва в голямата инфлационна спирала. Уж и продавачите на плодове и зеленчуци работят в пазарна икономика, но при тях разликите в цените не са 1-2 ст. за килограм. Значи има нещо гнило или в пазарната икономика, или в цените на чушките и доматиите...

Защо все пак цените са

В уникален синхрон

по всички бензиностанции при толкова много производители в ЕС и при толкова много търговци в България? „Цените на едро на рафинериите в общността са

близки, между отделните държави има разлика в акцизите, както и в маржа, който имат дистрибуторите. Малката разлика на колонките може да се дължи на факта, че маржът на бензиностанциите не е голям. В цената на бензина не може да има драстични разлики, затова конкуренцията във веригите е в качеството на горивото и на самата услуга. А за да намаляват своите разходи, рафинериите автоматизират процесите и съкращават хора”, разяснява Валентин Кънев.

Върху това странно „единомислие” на бензиноколонките поразсъждава и Комисията за защита на конкуренцията. След продължила твърде дълго проверка за нередности на пазара на горива КЗК се произнесе, че картел няма.

Съмнението обаче остана

Потребителите така и не можаха да проумеят защо само при горивата има поразителна прилика на цените, която като машина на времето ни връща в социализма, а се твърди как търговците са в остра конкуренция и вносът играе ролята на ценови регулатор. Анализатори на пазара информират, че „Лукойл” осигурява близо 85% от горивата, останалото е внос. Ако някой опитва да държи високи цени, вносът се увеличава на 20-25%, а това оказвало ценови натиск надолу.

Само питайте и българските

търговци защо поскъпват горивата и те веднага ще намерят какви ли не оправдания. От тях научаваме, че рафинерията „Лукойл Нефтохим Бургас”, построена през 60-те години, трудно се конкурира с предприятия, изградени в най-ново време. Нужни са непрекъснати инвестиции, за да догонят конкурентите, а това се отразява на крайната цена. Освен това и технологията е много енергоемка. Не може ладата да гори като форг фиеста, старата руска машина харчи по 10-12 л, а гругата по 3-4 литра на сто километра. В такъв случай остава без отговор въпросът защо горивата от по-модерните рафинерии в региона не са по-евтини в българските бензиностанции.

Потребителите живо се вълнуват дали все пак не е възможно ценовият галоп да се укроти. „Това е много дълъг разговор. Макар светът да е в криза, потреблението не намалява, а това води до поскъпване”, коментира консултантът по горивата Стоян Малкочев. Според него поевтиняване може да има,

ако се въвежат нови технологии

които рязко намаляват консумацията. Използването на хибридни коли също е част от решението. Големите корпорации правят иновации, които да подобрят състава на бензина и дизела, но засега усилията им не водят до появата на качествено нова технология, която да измести минералните горива. Усилията като че ли се свеждат до това производи-



Съвети за

- ✓ **Горивото има значение.** Плавноят стил на шофиране и подходящият избор на гориво може да повишат ефективността на вашия автомобил.
- ✓ **Използвайте правилното масло.** Използването на маслата, препоръчани от производителя на автомобила, може да подобри неговата ефективност.
- ✓ **Осигурете редовно техническо обслужване на двигателя.** Подменяйте маслото редовно, смяната на запушения филтър ще подобри ефективността на двигателя и ще го защити.



Добивът в океана
крие опасност от
екокатастрофа

Цени на горивата в Евросъюза

24.09.2012 г.	Бензин A95	Дизел
Държава	Цена на дребно в евро	Цена на дребно в евро
Австрия	1.468	1.440
Белгия	1.761	1.535
България	1.387	1.357
Кипър	1.386	1.398
Чехия	1.552	1.499
Дания	1.775	1.613
Естония	1.341	1.337
Финландия	1.727	1.562
Франция	1.645	1.499
Германия	1.744	1.572
Гърция	1.777	1.582
Унгария	1.587	1.602
Ирландия	1.695	1.598
Италия	1.887	1.760
Латвия	1.413	1.363
Литва	1.463	1.364
Люксембург	1.419	1.277
Малта	1.540	1.360
Холандия	1.878	1.528
Полша	1.420	1.393
Португалия	1.775	1.670
Румъния	1.338	1.338
Словакия	1.583	1.474
Словения	1.576	1.444
Испания	1.456	1.407
Швеция	1.748	1.720
Великобритания	1.769	1.808
Средна цена за ЕС	1.597	1.501

телите на автомобили да увеличат КПД-то на двигателя и да намалят разхода на гориво. Нараства броят на колите на метан и пропан-бутан, но автомобилите на бензин и дизел остават най-масови. Електромобилите също остават едно добро обещание за бъдещето. Повечето от бензиностанциите възнамеряват да монтират зарядни станции, но отново това са проекти в бъдеще време, които отлагат настоящето на колите с щепсел. „След като количеството бензин, което автомобилите харчат, бъде драстично намалено, в един момент ще дойде и технологичният скок към нов вид енергия”, е

прогнозата на Стоян Малкочев.

Появи ли се масова съпротива срещу високите цени на бензина и дизела,

биогоривата първи го отнасят

Сега Европейската комисия предлага да се ограничи използването на царевица и сруци хранителни култури за производство на биодизел и етанол. Но нали Брюксел наложи задължителното смесване с биокomпонента?! Екогоривата така и не успяха да станат любимо дете. Трябва ли бензинът да поевтинее с 1-2 ст.

Източник: www.energy.eu

ИКОНОМИЧНО ШОФИРАНЕ

- ✓ **Подгържайте правилното налягане в гумите.** То ги прави по-безопасни и им осигурява по-дълъг живот.
- ✓ **Шофирайте плавно.** Агресивното шофиране увеличава разхода на гориво.
- ✓ **Използвайте по-висока предавка и избягвайте форсирането.**
- ✓ Пестете инерция и пазете дистанция.
- ✓ **Използвайте „круъз контрол“** (автоматично подгържане на скоростта). Постоянната скорост в много случаи ще подобри разхода на гориво.

- ✓ **Избягвайте прекомерната работа на празен ход на двигателя.** Запомнете правилото - ако спирате за повече от 10 секунди, изключете двигателя.
- ✓ **Избягвайте високите скорости** – колкото по-бързо шофирате, толкова по-силно е въздушното съпротивление и толкова повече гориво ще изразходите.
- ✓ **Използвайте климатика пестеливо** – климатикът оказва допълнително натоварване върху двигателя и използва гориво при работа, затова

сведете употребата му до минимум.

- ✓ **Дръжте прозорците затворени.**
- ✓ **Планирайте пътуванията внимателно и избягвайте задръстванията** – най-ефективният начин да спестите гориво е да намалите времето, прекарано в колата.
- ✓ **Избягвайте пренасянето на тежки багажи** – може да се учудите, но всеки допълнителен килограм оказва влияние на разхода на гориво.
- ✓ **Свалете багажника на покрива,** ако не го използвате.

на литър, веднага режат биогоривото. В САЩ от години се води война срещу етанола. „Единствената причина да използваме тази добавка е мащабната гържавна принуда и твърдението, че етаноловият бранш фалира, е най-малко вбесяващо”, писа Businessweek още преди три години. Сред аргументите срещу биогоривото бяха и доказателства, че той води до повреда в двигателя и всяко повишение на процента за задължително смесване отваря нова златна ера за автомобилните техници. Световните корпорации нямат

интерес да се освободим от зависимостта от минералните горива, докато те може да бъдат предлагани. Човечеството ще плати максимума, преди да стане възможно масово да се ползва друг вид гориво. Никои днес не може да каже каква точно ще е колата на бъдещето. Въображението най-често стига до максималната автоматизация, но не и до вида гориво. Много ентузиастични са гръзнали да направят открития как водата с някаква добавка да се превръща в гориво. И в момента руски професор предлага такава технология, но по

разбираеми причини никоя корпорация не се интересува от нея. Та нали Русия печели от продажбата на нефт, световни концерни трупат милиарди от петрол и горива, а гържавните бюджети се пълнят от налози върху бензина и дизела. Откритията, свързани с евтино придвижване, се представят в рубриката

Теория на световната конспирация

а потребителите плащат все по-

ЕДНО КЪМ ЕДНО

Географията на нашите доставки се сви

Ако при повишените цени на горивата се увеличават и печалбите на търговците, то те ще са безспорните печеливши. В металургията работим основно с електричество и природен газ. Течните горива се отразяват косвено на нашия бизнес, като оскъпяват транспорта и по този начин намаляват „географията” на нашите товари. Все повече скъсяваме дистанцията, на която може да сме конкурентни. Транспортът оскъпява продукцията ни и радиусът на обсега ни се скъсява. Така губим възможни пазари. Себестойността на производството ни се расте, тъй като и електроенергията се влияе от цените на течните горива, природният газ също с формула е свързан с тях. В енергоемките производства сме много зависими от тези цени и затова нашият „натиск” или диалог с изпълнителната власт е да се намерят начини за облекчаване цената в отраслите, които са най-големи консуматори на енергия. Страшно е, когато енергията поскъпява, но е ужасно, когато цените на енергосителите тук растат с много бързи темпове и сме по-незащитени от другите производители в региона, а и като цяло в ЕС.

Оправданието за високите цени на горивата е, че България не произвежда петрол. Но дори да имаме

голям добив на петрол, той едва ли щеше да се продава на по-ниски цени само защото тук доходите са по-ниски. Нефтът е борсова стока. Но утежняването цените на горивата с акцизи, а при това - с добавките за зелена енергия и за студени мощности, се отразява неблагоприятно върху цялата икономика. Инструментите, с които ДКЕВР разполага, а и възможностите, които управляващите имат, трябва умело да се използват. Цените на енергосителите стават непоносими в България и бизнесът губи възможности за растеж, забавя темпо, става неконкурентоспособен и загиба. Така утре и той няма да може да плаща данъци, заплати и осигуровки, да създава заетост.

Когато става дума за повишени транспортни разходи в стагниращ пазар в цяла Европа, не може да се говори за окрупняване на товариите с цел намаляване на разходите. Доставките са по-малки и по-разпокъсани, което намалява възможностите за оптимизиране на товариите. Търсят се възможности за прехвърляне от камиони на вагони и от вагони на кораби. Дунав е възможност и нашата група

„Виоалко” е собственик на пристанището в Свищов, за да ползваме по-евтиния речен транспорт.

Но готови рецепти няма. Затова не е лесно.

БДЖ „Товарни превози” е поредният казус, който чака решение. Имаше неуспешен опит за приватизация, но знаем болестите на тази гържавна структура. Компанията е пренатоварена с кадри, ниска ефективност, стара техника, с други думи, тя е разходно ориентирана. Високите разходи се прехвърлят върху крайните клиенти, базирайки се на практика върху монополното си положение. Приватизацията донякъде е решение, но не бива да е на всяка цена. Ако товарните жп превози се парализират, ще се парализира цялата добивна промишленост, преобладаващата част от тежката металургия и химия, насипните товари. Тези индустрии нямат друга транспортна алтернатива.

Не може да се каже, че досега сме били с широки пръсти и не сме оптимизирали и разходите за гориво. В последните 4-5 години направихме какви ли не оптимизации, каквото можеше, се предпрне. Изметохме хамбара и няма повече кранчета за затягане.

Антон Петров, председател на Българската асоциация на металургичната индустрия:



Транспортът оскъпява нашата продукция и радиусът на обсега ни се скъсява

скъпо, за да напълнят резервоарите на колите си. Но единствено онзи, който зарежда и по бензиностанции в чужбина, може да усети разлика не само в цената, но и в качеството. А дали ви „удрят в грамажа“ може да разберете, когато в резервоар с вместимост 40 л ви наляят 45 л. „Ако с едно и също количество изминавате различни разстояния и разликата е грастична, може да се окаже, че горивото е било разрежено. При такова съмнение може да ни подадете сигнал“, казват от дирекция „Контрол на качеството на течните горива“ към Държавната агенция за метрологичен и технически надзор.

Цените на горивата ни вкарват в инфлационна спирала. „Всички трябва да оптимизират разходите за гориво и вместо да чакаме правителството да се намеси, като наложи мораториум върху цените, по-добре шофьорите да внимават с педала на газта“, препоръчва Иван Коста-

динов. „Има редица съвети как да намалим разхода на гориво и първият е да си купим нов автомобил, който харчи малко. Средно автопаркът у нас е на около 16 години, тъй като станяхме заедно с Европа. Заради ниските доходи тук хората масово си купуват автомобили втора ръка. Хибридите имат по-малък разход на гориво, но са и по-скъпи. В Аржентина например повечето коли са на метан. Едно-единствено вълшебно решение няма, засега само набор от мерки би могъл да направи цените по-поносими“, посочва Стоян Малкочев.

Не се изненадвайте, ако от търговци на горива чуete и следната препоръка: „Когато цените растат, хората трябва да опитат да увеличат приходите си, а не да се чудят как да ограничат разходите си, защото така стандартът на живот не спира да пада.“ Оказва се, че не цените на горивата са високи, а просто доходите в България са прекалено ниски.

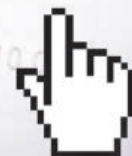


БЪЛГАРСКА БАНКА ЗА РАЗВИТИЕ

МОСТ МЕДУ БИЗНЕСА И УСПЕХА

Бизнес кредити...
на клик разстояние

bbr.bg



Георги Деянов,
финансов и
административен
директор на „ЕКО
България“ ЕАД:



Големите компании, които търговат с горива в България, гледат печалбите си, като оптимизират доставките и в по-малка степен цените. За нас цената е даденост - виждаме каква е тя при конкурентите наоколо и, общо взето, нямаме избор.

Цени и навици

В горивата има сезонност и е нормално през септември продажбите да са по-ниски в сравнение с август. Тази тенденция се очерта през предишните години. Не може да се обобща, че заради поскъпналите горива хората пътуват по-малко. Те трудно променят своите навици. Това, че цената е с няколко стотинки нагоре или надолу, не оказва съществено влияние върху продажбите като цяло. Цените на международните борси вървят нагоре, което влияе и върху търговията у нас. Бих казал, че проблемът в България е в доходите, а не толкова в разходите на домакинствата и компаниите. Но това е тема за друг разговор. Хората неговуват, че по цени на горивата има няколко държави след нашата, а ние сме с най-ниските доходи в Евросъюза. Много зависи коя страна откъде се снабдява с горива. Има котировки за района на Северно море, други са за Средиземноморието. България не е производител на нефт и за съжаление следваме тенденциите на големите пазари.

Загължителните резерви

Намирам за добро предложението, което е направено за промени в режима за съхраняване на загължителните резерви на нефтопродуктите, които ще дадат възможност загължителните запаси да се съхраняват на територията на друга страна членка на Европейския съюз. Доста са компаниите, които развиват дейност в други държави и биха могли да използват резервите, които така



Бизнесът става все по-напрегнат

или иначе имат там, за да изпълняват задълженията си по закона. А това е едно от най-големите пера в бюджета на фирмите от бранша.

Динамика

Доставяме горивата в зависимост от това откъде за нас е най-изгодно – дали от България, или от Гърция. На дневна база има разлики в цените на различните доставчици, но като тенденция едните следват другите. Ако цените в Гърция или в Румъния са по-ниски, българските доставчици също се стремят да ги намалят, за да са конкурентоспособни на пазара. Сутрин като погледнем цените, ще видим различия, но те са много динамични и го обяд може да се променят, за да неутрализират този ефект.

Движение с 5 долара нагоре или надолу на Средиземноморската борса за търговия с нефтопродукти не може да даде сериозно отражение в цените на гребно на горивата. Не бих могъл да прогнозирам покачване или понижение предстои, но като че ли нивата от август-септември изглеждат устойчиви. Някои наистина правят спекулации по темата. Виждаме как мнозина си позволяват да коментират, но си мисля, че тези въпроси не са достатъчно ясни за всички и това може да въведе в заблуда.

Равнение по конкуренцията

Човек плаща това, което пазарът иска от него, и той е готов да го купи. Цените се променят. Негължителните имоти имаха едни цени през 2000 г., други през 2008-а, а сега нивата са съвсем различни. Има фактори, които движат пазара. На всички търговци, за да продават стоките си, им трябва транспорт. И за да развиват бизнеса си, те също трябва да се съобразяват с тази тенденция на поскъпване на горивата. Техните цени обаче не зависят от настроението на търго-

вите на горива в България. В страната има 5-6 големи вериги бензиностанции, а също и един производител, има внос и не съществуват пречки да купуваме от съседни страни, които са или не са членки на ЕС. Затова не бива потребителите да си мислят, че тук се поддържат нива, които не са пазарни.

Дори 1-2 ст. разлика е много

Имаме 82 бензиностанции, но на 200-300 м от почти всяка наша има друга на конкуренти. Когато цените ни са само 1-2 ст. по-високи от тези на конкурентите, веднага се усеща по продажбите. Затова никой не може да си позволи да предлага по-скъпи горива. Илюзия е, че печалбите в търговията с горива през последните години са колосални. Вероятно сте забелязали тенденцията, че много от гребните търговци излизат от бизнеса. Печалбите и възвръщаемостта не са същите, както през 90-те години.

Търговията на гребно

У мен все повече се затвърждава убеждението, че моделът за предлагането на горивата, който се наложи на нашия пазар, е скъп в сравнение с покупателната способност. Стандартът е на бензиностанциите да има магазин, кафене, малко са обектите, където клиентът се самообслужва. Всичко това оскъпява търговията, поддръжката на бензиностанциите излиза скъпо. Изграждането на нови обекти изисква доста големи инвестиции, тъй като земята и строителството поскъпнаха през последното десетилетие. Вярно е, че като цяло животът поскъпва, но и разходите по тези обекти вървят нагоре, тъй като се спазват нормативни изисквания за свързаност с НАП и с митническата администрация, за поддържане на военновременни запаси. Това натовар-



Георги Чернев,
председател
на Софийската
търговско-
промишлена
камара:



ва бизнеса и свиwa печалбите. Нашите разходи непрекъснато се увеличават, а те не може механично да се калкулират в крайната цена. Затова търговията с горива губи привлекателност и вече има корпорации, които постепено се оттеглят от търговията на дребно, а се насочват основно към добива и преработката на суров петрол.

Пог лупата на НАП и митниците

Наложи се да платим стотици хиляди евро, за да отговорим на изискванията, които сегашното правителство въведе. Фискалните устройства трябваше да се свържат с НАП, а нивомерните системи – с Агенция „Митници“. Това се случи в две последователни години и трябваше да направим големи инвестиции. Добре е, че управляващите елиминираха от пазара некоректните играчи, но цената, която лоялните към закона трябваше да платят, е прекалено висока. Сolidна сума беше дадена, за да покрием тези норми, а парите можеше да се използват за нещо друго.

Горещо

Бизнесът става все по-напрегнат. Горивата имат особености, които невинаги са отразени правилно в наредби и регулации. Накрая се оказва, че покрай сухото гори и суровото. Измерваме горивата в обем, а при различни температури те имат свойството да менят своя обем. Техническите уреди не са свършени и понякога (в зависимост от климатичните особености) отклоненията са сериозни. Но когато обясняваме това на структурите, които осъществяват контрол, те се позовават на закона и начисляват глоби, стига да видят разминаване. На теория загубите през зимата би трябвало да се компенсират с излишци през лятото, но никога не съм виждал това да става на 100%. Не може да се каже, че през януари непременно се губи, а през юли се печели. Има нивомерни системи, но ако някое устройство излезе от строя, за времето, докато това се установи и регистрира от сервизната фирма, е трудно да убедим администрацията, че причините са чисто технически.

Ще е от полза за всички, ако за този бизнес се говори по-спокойно, с професионални аргументи и не се създава излишен шум.

Няма комбайни на фотоволтаици

Високите цени на горивата водят до голямото влошаване на покупателната способност на потребителите. Това

то скочи срещу високите цени, но явно всички се убедиха, сравнявайки и със съседните държави, че има реална конкуренция. Ако някои от играчите направят закулисно договаряне за по-високи цени, конкурентите им биха могли да започнат алтернативен внос от Румъния.

Смятам, че стъпката цените да се свалят чрез намаляване на акцизите би била опасна за бюджета. Ако управляващите се изкушат да предприемат подобна мярка, после „за компенсация“ ще увеличат натиска и пресата върху фирмите за събиране на налозите.

Стремя се да намаля личните разходи за гориво и вместо с две коли, пътуваме го София само с една. Не виждам обаче трафикът да намалява. У нас организацията на транспорта е много лоша. Сините и зелените зони не влияят върху натоварването, тъй като няма осигурени паркинги. В Португалия имат силно развити железници, хората живеят в селата, които са в близост до големите градове. Те ползват модерния жп транспорт, а не само личните си автомобили. При нас влаковете се палят всеки ден, как да се качим на тях...

Като пазар не сме готови да влезем в ерата на електромобилите. Засага те са екзотика, тъй като инфраструктурата

все още не е изградена. Гражданите вече се замислят за прединството на колите на ток, но зарядните станции

липсват и това е спирачка за по-масовото им навлизане. В София виждам маркирани места за безплатно паркиране на електро автомобили, които стоят празни.

Добре, че България не избърза с влизане в еврозоната, защото сега освен за цените на петрола трябваше да си задаваме и много други въпроси.

свиwa вътрешния пазар и в тази ситуация незасегнати остават като че ли само ИТ компаниите и фирмите, които работят за износ. Неприятното при горивата е, че цените им ще продължат да растат. Събитията около Иран доведоха до намаляване износа на ирански петрол. Китай задоволява наполовина от потребностите си оттам. Затова затягането на „иранския възел“ води до влошаване на световната икономика чрез такива големи играчи като Китай например. От друга страна, еврото се обезценява и това също води до поскъпване на горивата. България е със слаб вътрешен пазар и малък експортен потенциал, бизнес средата се влошава и високите цени на горивата пряко рефлектират върху това. Така например няма комбайни на фотоволтаици и цените на горивата натоварват себестойността на зърното.

Не можем да влиeам върху международното положение, нито върху котировките на петрола, единствено може да търсим ресурси за подобряване на конкурентоспособността във вътрешен план. Натискът над фирмите от страна на администрацията расте и е време двустранният диалог да се засили, за да се намерят начини бизнесът да излезе от мъртвата схватка с администрацията.

Според мен в горивата няма картел. Колкото и да е слабо гражданското общество у нас,

Стъпката цените да се свалят чрез намаляване на акцизите би била опасна за бюджета

Камелия
Славейкова,
изпълнителен
директор на
Shell България:



- Потребителите прогължават да недоумяват кое движи цените на горивата нагоре. Какво е вашето обяснение?

- Пазарът на горива в България не може да остане изолиран от тенденциите, които се наблюдават на международните петролни пазари. Промениите в международните котировки на петрола и на петролните продукти се отразяват директно и върху цените на горивата в България. Те се образуват на пазарен принцип и зависят от много различни фактори, които освен цената на суровината включват производствени, транспортни и оперативни разходи, акцизи, ДДС и други.

- Каква е прогнозата ви за ценовия тренд и на какво тя се базира?

- Не бих могла да се ангажирам с прогноза за движението на цените на горивата, тъй като върху него влияят редица фактори, някои от които са непредсказуеми. В условията на напълно либерализиран пазар на горива в България и при липсата на държавна намеса единственият регулатор на цените са търсенето и предлагането.

- Защо цените на горивата са толкова близки при всички търговци на дребно не само у нас, а и в целия ЕС, при положение че има много производители?

- Shell има своя самостоятелна политика на ценообразуване и се стреми да предлага своите горива на конкурентни цени в зависимост от конкретните обекти, от разположението им и от много други фактори, свързани с доставка и дистрибуция. Действително има известна близост в цените при отделните участници на пазара, но смятаме, че това е съвсем нормално поради спецификата на продукта и в никакъв случай не е резултат от

Търсенето и предлагането са регулатор на цените

споразумение или съглашение. Това беше потвърдено от КЗК при изследването на пазара по повод конкретно производство през 2009 г., както и от секторния анализ на пазарите за производство и реализация на бензин и дизелово гориво, извършен през 2011 г. Смята се, че близостта на цените е допустима практика.

- Бяха лансирани какви ли не идеи, но виждате ли реалистичен начин за намаляване цените на горивата в България, или поне за ограничаване на поскъпването им?

- Приветстваме мерките на правителството за създаване на възможност за съхранение на задължителни

бъдат разтоварвани в данъчен склад, изискванията по отношение съдържанието на биокомпоненти в горивата и други такива) биха оказали благоприятно въздействие в посока намаляване цените на горивата.

- Мерките на правителството за ограничаване ръста на цените на горивата помагат или повече пречат?

- Всяка намеса на управляващите за ограничаване ръста на цените на горивата би имала само временен характер и би била в противоречие с пазарните механизми.

- Какви са съветите на Shell за намаляване разхода на гориво?

- Съсредоточихме усилията си



ФОТО ЕМОНА ЦОНЧЕВА

те запаси от нефт и нефтопродукти в данъчни складове в други страни членки на ЕС. Подобна мярка би довела до по-благоприятни цени за наем на складови бази. Като цяло всяка мярка, която би направила пазара по-конкурентен, би имала положителен ефект в посока намаляване на натиска върху цените на горивата. Така например премахването на административните бариери за бизнеса при вноса на горива и на многобройните технически и административни изисквания (за регистрация на данъчен склад, забраната да се съхраняват продукти с различен акцизен режим в един и същи данъчен склад, изискването при вътрешнообичайни придобивания продуктите да

върху областта, в която имаме висока технологична компетентност и над стогодишен опит. Разработваме горива, които помагат на шофьорите да извлекат повече от всяко зареждане на резервоара, без значение каква кола карат. Нашите учени постигнаха важен пробив с разработването на горивата Shell FuelSave 95 и Shell FuelSave Diesel. Те вече се предлагат и в България, без клиентите да плащат повече. Също така ние работим върху това да покажем на водачите как да намалят разхода, прилагайки съветите на Shell, които в комбинация с горивата с усъвършенстваната формула за икономия на гориво Shell FuelSave може да доведат до икономия от до 10%.



BUSINESS PARK SOFIA
| SYNERGY AT WORK® |

MORE THAN A BUSINESS LOCATION



- 14 BUILDINGS WITH CLASS A OFFICES
- PROFESSIONAL FACILITY MANAGEMENT
- GREEN ENVIRONMENT
- FREE TRANSPORT
- FRESH MOUNTAIN AIR



ВЛАДИМИР МАЛЧЕВ,
ИП „Бул Тренд Брокеридж“

Пазарът на петрол отдавна не се движи само от чисто пазарни механизми и това е все по-очевидно. За пазара на гребно на петролни продукти в много страни, не само в България, също все по-често се подозира намеса на непазарни сили. Има ли такива сили, значи спокойно можем да говорим за манипулация. Разбира се, мотивите за манипулация на световния пазар на петрол и на пазарите на гребно са различни, защото интересите на участниците са различни и съответно техните цели са различни, но най-общо целта е печалба и още по-точно - нейната прогнозируемост и стабилност във възможно най-дългосрочен план.

Кои са основните заподозрени в манипулация и някакъв вид диктовка на случващото се с цените на петрола и горивата? Не задължително в този ред, но това са големите държави производителки и износителки на суровината, големите петролни компании и, разбира се, вечните заподозрени в манипулации и алчност – глобалните финансови акули в лицето на големите инвестиционни банки, хедж фондове и групи големи спекуланти.

Защо държавите износителки? Защото приходната страна на бюджетите на тези държави е изключително зависима от цената на петрола. В по-голямата си част политическите режими в тези страни са странна смесица между демокрация и диктатура или пък чиста диктатура, но и в двата случая тези режими се нуждаят от стабилни парични потоци, за да поддържат баланса на местно ниво, тъй като в противен случай рискуват политическа нестабилност, народни бунтове и прочие явления с трудно прогнозируем резултат за сегашната власт. Веднъж тези страни се сблъскаха с пресъхващите потоци от петродолари в разгара на икономическата криза към края на 2008 година, когато цените на петрола се сринаха до под 40 долара за барел. Тогава управляващите върхушки видимо преживяха почти панически страх от възможността ситуа-

цията с ниската цена на черното злато да се задържи по-трайно. В този смисъл абсолютно сигурно е, че тези елити ще направят всичко възможно, за да може цената на петрола да остане около относително приемливите за момента и за тях и за техните клиенти по света нива от 100 долара за барел. Почти непрекъснато неофициални, но високоставени източници от водещи страни производителки декларираха пред най-големите световни медии, че мнозинството от страните в ОПЕК искат цените да се запазят около 100 долара и съответно, когато е необходимо, действат в посока увеличаване или намаляване на добива, за да понижат или увеличат цените на световните пазари. Подобни практики в много национални законодателства се наричат картелно споразумение. Много хора сигурно ще се зачудят, защо пък му е на мнозинството в ОПЕК да утвържда възходящия натиск върху цената на големите спекулативни играчи на пазара. Логично е, когато си продавач и то на стока, за която

клиентите ти почти нямат алтернативен избор, да искаш цената, на която продаваш, да е максимално висока. Но случаят е по-различен. Тези държави са осъзнали, че ако цената на петрола се покачи бързо към нива от 200 долара за барел например, световната икономика ще колабира, а реакцията от населението може да стане неконтролируема и ще изисква от елитите смяна на икономическия модел и ориентират не то му към нов основен източник на енергия. При такъв сценарий потреблението на петрол може много бързо и рязко да спадне, а от там и цената, което ще изправи държавите износителки пред безизходица.

Подобни мотиви имат и големите петролни компании. От една страна, те са притискани от общественото мнение, което при цена от 100-115 долара за барел започва сериозно да недоволства от цените на горивата на гребно. В същото време компанията изпитват все по-сериозен проблем да поддържат размера на портфолиото си от петролни резерви, тъй като откри-

Петрольът

манипулация за



Все по-често невидими сили предизвикват бързи и големи, на пръв поглед непредизвикани от нищо гвижения. Въобще пазарите на суровини тепърва ще се превземат все повече от финансови играчи за сметка на реални такива. Наскоро в доклад до Г20 Международната организация на комисиите по ценни книжа (IOSCO) достигна до прозрението, че големите търговци имат възможност да влияят върху цените на петрола, така че да реализират печалба. Според регулатора пазарът е на доброволни начала, което означава, че банките и енергийните компании имат възможността, да избират кои сделки да разкриват пред публиката и кои не, като по този начин могат да изкривяват картината, представяйки я частично, с което да влияят върху цената на петрола в своя полза. Изказват се все повече мнения, че на пазара на петрол има добра почва за раз-

ЗАПАЗВАНЕ НА СТАТУКВОТО

ването и разработването на нови залежи все по-трудно компенсира изчерпващите се такива. Това има потенциал да подкопае и доверието на инвеститорите, на капиталовите пазари, тъй като никой не е луд да инвестира или да финансира компании със затихващи функции в обозримото бъдеще, или пък, за да го направи, ще иска много висока компенсация за това. Никой мениджър на публична компания не иска акциите на управляваното от него дружество да поевтиняват, защото от това зависи личният му просперитет. Затова е битката за права за проучване на все още непроучени територии по света, затова там се влагат колосални суми.

Освен това петролът от почти всички нови находища има доста по-висока себестойност поради все по-сложните и скъпоструващи методи за разработването на сондажи, които едно време са се считали за нерентабилни.


Поради всички тези причини петролните компании също имат интерес от поддържането на срав-

нително висока цена на петрола, но без грастични скокове, като в същото време те трябва да хвърлят и огромни усилия да убеждават публиката, че пикът на производството на петрол не е достигнат и ресурс има за дълги години напред. Целта на това, разбира се, е да се отложи максимално във времето моментът, когато обществото ще поиска глобални мерки за откриването на нови източници на енергия, по-висока ефективност и т.н.

Още по-лесно се обяснява пък чисто спекулативният интерес от манипулирането на цените на петрола и другите борсово търгуеми суровини от страна на големите финансови акули. Кризата от 2008 година затвори за дълго някои страници от учебниците по финансов инженеринг, а в същото време централните банки не спират да изливат огромна ликвидност в системата, но кредитирането не върви. Свободните пари няма къде да намерят реализация и атакуват все по-мощно пазарите на суровини и на петрол в частност.

витие на скандал от типа на този с манипулирането на межубанковия лихвен процент LIBOR.

Пазарът на горива на гребно също е постоянен обект на съмнения за манипулация не само у нас, където все не може да се докаже някаква нередност. Във Великобритания цели 100 членове на парламента се заеха с въпроса за определянето на цените на гребно, които се базират върху данни на специални компании, които събират ежедневно информация от големите играчи на пазара на петрол като банки, енергийни компании, хедж фондове.

Манипулации – има ги на всеки пазар. При петрола те, изглежда, са повече за запазване на статуквото – в ценово отношение и като суровина, доминираща световната икономика. Допълнителните печалби на играчите на пазара от манипулирането на цената не са малък проблем, но още по-голям може да се окаже това, че за да се запази статуквото, се спира прогресът и преходът към нов тип общество. 

Бъдещето е на ИТ специалистите

Гергана Паси е родена на 14 юни 1973 г. в Пловдив. През 1997-а завършва специалност право в Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Юридически факултет. Специализирала е публична администрация, има следдипломни квалификации по „Международна защита на правата на човека“ и „Европейската интеграция и Право на ЕС“ в Колежа Асер на Европа в Хага, Нидерландия. Тя е основател и президент на Пан Европа България. Между 2007 и 2009 г. е министър по европейските въпроси на България, преди това е заместник-министър на външните работи в две правителства (2004-2005; 2005-2007 г.) и член на парламента в два мандата (2001-2004; 2005 г.).

През юни 2012 година тя е излъчена като представител на българското правителство по проекта на Европейската комисия за дигитален дневен рег, т.нар. цифров шампион на България.

Гергана Паси е омъжена за д-р Соломон Паси, министър на външните работи през 2001-2005 г. През 2008 г. двамата представят пред Европейската комисия, председателството на ЕС и институциите на ЕС идеята за всеобщо стандартизиране на всички зарядни устройства за GSM апарати. Органите на ЕС, Световната GSM асоциация и Световният телекомуникационен съюз приемат тяхното предложение, което влиза в сила от 1 януари 2011 година.

През 2010 г. Гергана Паси получава от френския президент Никола Саркози най-високата степен на отличие - френския орден Legion d'Нопеир, за приноса си като министър по европейските въпроси и за българо-френските отношения. Наградата се връчва и по повод нейния принос по време на френското председателство на ЕС през 2008 г., и по-специално за лидерството ѝ за постигането на Паневропейския стандарт за зарядните устройства на мобилните телефони.

Всяко разширяване с 10% на широколентовия интернет води до икономически ръст от 1.5% и хиляди нови работни места, казва българският „посланик на новите технологии“ Гергана Паси

НИЯ ИЛИЕВА

- Г-жо Паси, от няколко месеца вие сте българският „цифров шампион“ - т.е. представител на страната по европейска инициатива за популяризиране на технологиите. В какво се изразява работата ви в тази насока и как тя може да е полезна за страната?

- Рано ми е да ви отговоря. Аз съм само от няколко месеца „в тази кожа“ и вече имам толкова много неща, които искам да погубуна, да направя. Смисълът в тази инициатива е някой, различен от правителството, да осъществява пряка връзка с бизнес, неправителствен сектор, медиуми, от една страна, и от друга – с Европейската комисия по изпълнението на цифровия дневен рег. Почти всички държави членки са излъчили свой „посланик на новите технологии“ и всички ние формираме нещо като съвет към Нели Крус по изпълнението на цифровия дневен рег. Европа си е поставила простицка, но амбициозна задача – към 2020 година всеки европейски гражданин да има достъп до бърз интернет. В изпълнението на тази цел, разбира

се, ЕК разчита основно на националните правителства, но в момента забелязвам и особено високи очаквания от Европа към цифровите шампиони. Самата идея е почерпена от британския опит. Там правителството, осъзнавайки ключовото значение на новите технологии, назначава Марта Лейн Фокс, отделя един немалък бюджет и с масирана обществена кампания успяват за две години да вдигнат броя на британците, ползващи интернет, с 2 милиона души. В България този процес предстои, но цялото това усилие не може да се случи без ясно дефинирана държавна политика.

- Една от целите ви в тази кампания е разширяването на свободните зони с безжичен интернет в България. Разкажете как върви работата по тази инициатива, ще се превърне ли България в рай на безжичния свободен интернет, както заявихте преди време?

- България вече е в много добра позиция по достъп до свободен безжичен интернет. В редица страни от Западна Европа се налага да плащаш по 10-15 евро на час в хотели и публични места за достъп до интернет, който





С европейския комисар Нели Крус на конференцията за цифровия Дневен ред в София (вляво) и в 137-мо училище в „Люлин“



Днес децата са различни, това са деца от дигиталната епоха, за добро или лошо. До тях не можем да стигнем с аналогово образование

е с госта съмнително качество. Тук в София почти всички уважаващи себе си хотели предлагат свободен достъп до интернет. Малко по малко направихме модерна тази услуга. Днес благодарение на Виваком например имаме вече 3000 публични места в България, в които ползваме безплатен интернет – като започнем от летище София, минем през ул. „Витошка“ и „Граф Игнатиев“ и стигнем до Морската градина в Бургас. За съжаление все още не сме стигнали до по-малките населени места и често със Соломон получаваме обаждания от хора в Смолянско или Кърджалийско например, питащи кога това ще се случи и при тях. Ще се случи рано или късно, защото за най-отдалечените места Европа предвижда допълнителни финансови стимули, за да може наистина всеки европеец да има това неотменно човешко право. Паралелно с това подкрепихме инициативата за освобождаване на интернет – т.е. всички ние, които у дома или навън ползваме безжичен интернет, да го отключим, премахвайки паролата, и така да го дадем за ползване на много други хора. Има създаден нарочен сайт и карта с местата с освободен интернет, както и специално създадено приложение за мобилен телефон, който показва къде има безплатен безжичен интернет. Нашата крайна цел е един ден това да стане европейски проект и всички публични

места в Европа да бъдат свободни Wi-Fi зони. Убедени сме, че един ден достъпът до интернет ще се третира както достъп до топла вода и телефон. И това е естествен процес – днес в света има хора, които разполагат с мобилни телефони без дори да имат достъп до тоалетна и чиста питейна вода.

- Това звучи прекрасно. Вече е факт и вашата идея за единно зарядно устройство за мобилните апарати. Такива се произвеждат от 2011 г., но приложима ли е реално идеята, всяка компания като че ли все още прави „собствени“ модели?

- Всяка компания прави собствени модели, но компаниите, които през 2008 година се съгласиха да участват в това усилие, правят универсално зарядно с USB букса накрая – по спомен това са водещи фирми като

Nokia, Motorola, Apple, LG, Sony. Всички техни модели, произведени след 1 януари 2011 година, вече са с единно зарядно. Очакваме в близко време по много публични места като летища, хотели и т.н. да се появят и стационарни зарядни – монтирани по стените, например, където ще можем да си поставяме телефона за зареждане, докато чакаме на опашката или пием капучино с приятели. Преди около месец в самолет на катарските авиолинии на всяка седалка беше монтирано такова зарядно. Наистина уникално е, когато човек си помисли, че всичко това тръгна от българската инициатива.

- А докъде стигна идеята ви за единен номер на хотелските рецепции?

- Там извървахме целия път от началото до края. Случаят с уникалния Христо Мутафчиев



В България, уви, науката не носи пари и заради това много млади таланти изследователи избират друга професия или просто друга държава

още стария, немодерен начин на правене на бизнес, на учене, на обслужване на своите граждани. В половин Европа вече мощно се инвестира в електронно образование, в електронно здравеопазване, в умни транспортни системи и т.н.

- България е пример за сериозни инвестиции в технологии, дори първенец по бързина на широколентовия достъп, но в същото време голяма част от хората в страната нямат досега до технологиите. Как може да се разреши това противоречие?

- България е страна на парадоксите – това е държавата на Джон Атанасов и на хакерите, страната с ултрабърз интернет в големите места и почти липса на покритие в най-отдалечените места. Как се решават тези диспропорции ме питате? С държавна политика, с инвестиции, с добри проекти, с време. С много пропаганда, ако щете. Аз самата мисля по възможни решения, които ако се окажат работещи и правителството ги подкрепи, могат да получат финансиране от ЕК. Бързият интернет, или т.нар. дигитални магистрали, имат много предимства и един сигурен недостатък. Те не могат да се пипнат и да се видят. По магистрала „Тракия“ можем да стигнем до морето за по-кратко време, но това, че за секунди се свързваме по скайп с близките ни от Асеновград до Ню Йорк, е даденост, за която се сещаме само ако липсва. Това е и причината политиците често да отлагат тези инвестиции. А истината е, че тези инвестиции могат значително да променят качеството на живот у нас. Например в Англия са изчислили, че ако хората, които не ползват интернет,

наистина беше много разтърсващ и нямаше нужда от много аргументи и обяснения. Днес по-голяма част от българските хотели вече имат унифициран номер 9 за достъп до рецепция. За да има обаче пълна стандартизация, е необходимо и законова промяна. С Министерството на икономиката и енергетиката и лично с министъра стигнахме до извода, че най-практично би било това да се случи с промяна в Наредбата за категоризация. Много се надявам министър Добрев да изпълни ангажимента си и да доведе до край този процес

- Само преди дни в България се провежда конференция за цифровата програма на Европа с участието на еврокомисар Нели Крус. По време на

форума вие изразихте мнение, че инвестициите в технологичния сектор може да спомогнат за излизането от финансовата криза. Бихте ли конкретизирали тази идея?

- Всъщност самата Нели Крус еднозначно защити тази теза. Изчисленията на ЕК показват, че всяко разширяване с 10% на широколентовия интернет води до икономически ръст от 1.5% и хиляди нови работни места. Изобщо ще станем свидетели на процес, който ще раздели държавите членки на ЕС – едните, които

мощно въвеждат нови технологии, които рязко увеличават конкурентоспособността си и качеството на живот. И други, които остават привързани към все

Нашата крайна цел е всички публични места в Европа да бъдат свободни Wi-Fi зони



В близко време по много публични места като летища и хотели очаквам да се появят стационарни зарядни за мобилни устройства

започнат да го използват за един месец за връзка с държавната администрация, вместо това да става с лични срещи или по телефона, това ще спести на страната 900 млн. паунда. Ето такава говорене все още липсва у нас – какво получаваме, ако направим обслужването само електронно например. В Дания, която е пионер в новите технологии, от 2015 година всички услуги ще могат да се извършват само електронно, подчертавам САМО електронно. Това означава, че ако искаш да запишеш детето си в първи клас или да си платиш данъците, ще можеш да направиш това само по интернет.

- Технологичният бизнес в страната многократно е изтъквал желанието си да получи държавна подкрепа, за да инвестира в покритие на мрежите си. В какво би могла да се изрази държавната политика в сектора и бихте ли се ангажирали с някои от инициативите, свързани с това?

- Държавната политика може да е в различни посоки – от изграждането на технологични инкубатори до целенасочено и ударно изграждане на мрежова инфраструктура с високоскоростен интернет, от прозрачно изразходване на европейските средства до всякакви инвестиции в иновации, научни изследвания в областта. И особено важно е възпитаването на предприемачески дух още от училище, онзи възрожденски предприемачески дух, който прави цялото общество различно. Факт е, че в България има 46%, които никога не са се докосвали до интернет. Да, това е по-възрастният сегмент от населението, което живее в малки населени места. Представете ли си колко важно би било за нашите баби и дядовци да могат да ни видят на скайп, да могат да си платят тока, телефонната сметка или да се свържат с личния лекар

по интернет. И ако сега това е въпрос на удобство, през най-студените зимни месеци това може да се окаже единствената възможност. Всъщност това се случва в цяла Европа, голяма част от възрастното население вече не може да си представи как е живяло, преди новите технологии да станат неотменима част от живота им.

- А могат ли български разработки да бъдат финансирани с европейски средства в сферата на технологиите?

- Стига да са конкурентни. Знам, че буквално преди седмица Европейският съвет за научни изследвания обяви имената на 536 млади учени, които ще получат безпрецедентната сума от 800 млн евро. Това е новото поколение млади учени на света и в него не видях нито едно българско име. В България, уви, науката не носи пари и заради това много млади талантиви изследователи избират друга професия или просто друга държава.

- Работата ви ви държи в крак с IT сферата. Как се справя този бранш в кризата?

- Мисля си, че няма сектор, на който кризата да му е спестила нещо. IT секторът не прави изключение. Той беше ударен много рано, но и много рано се вдигна на крака. Сигурна съм, че инвестицията в този сектор би имала многопосочен полезен ефект. От увеличаване на икономическия растеж през борба с корупционните практики та чак до инструмент срещу обезлю-

дяването в пограничните райони. Всъщност този сектор не страда от липса на клиенти или пазар, а основно от все по-дефицитна работна ръка. И това не е нещо уникално само в нашата страна. По всички европейски статистики към 2015 г. в Европа ще липсват 700 000 IT специалисти. Разбирате ли какво означава това за онези 5,5 милиона безработни младежи в Европа? Когато с големите деца говорим кое е най-перспективно за тяхното професионално развитие, нямам съмнение в отговора. Програмисти, компютърни специалисти, това е бъдещето. Както един от младите гости на конференцията правилно отбеляза – езиците, които поколението на XXI в. трябва да знае, са английски, китайски и Java (езикът на програмиране). Заплатите в този сектор нямат нищо общо със средната работна заплата, независимо дали си в Калифорния, Индия или България.

- Като споменахте младото поколение на XXI век, защо държавите да забедете Нели Крус в едно отдалечено държавно училище в кв. „Люлин“? Какво послание искахте да изпратите към ЕК с това посещение?

- Посланието не беше толкова

С френския „дигитален шампион“ Жил Бабин



Един ден достъпът до интернет ще се третира както достъпа до топла вода и телефон




Европа си е поставила простишка, но амбициозна задача – към 2020 година всеки европейски гражданин да има достъп до бърз интернет

Те са вкарали новите технологии, чрез които децата под формата на игра възприемат учебния материал в предучилищния период. Това ме впечатли, затова и настоявах точно Комисарят по новите технологии да посети това училище наред със срещите с президент, премиер, медии. Защото по този начин искахме да кажем и на други стотици учители из България – днес, в XXI век, учебният процес не може да е същият като през 20 век. Днес децата са различни, това са деца от дигиталната епоха, за добро или лошо. До тях не можем да стигнем с аналогово образование.

- Организатор сте и на Съвет на млади българи със стартиращ бизнес. Какво очаквате от този съвет, разкажете ни повече за тези хора.

- О, това е новата ми страст. В нашата неголяма страна, в която човек се изкушава да мисли, че познава всеки и малко неща могат да го изненадат, аз открих нов свят. Това е светът на едни уникални млади хора, напълно анонимни за политиците, които имат уникален предприемачески дух. Те живеят от своите идеи, без да ги крият, напротив, споделят ги, търсят съмишленици, правят пари от тях. Искам да им помогна да получат повече видимост, повече чуваемост от държавата, по-широко поле за изява. Всъщност убедена съм, че такъв тип хора са най-добрият и най-близък модел за подражание за нашите деца.

От друга страна, стартиращият бизнес е поле, което може да изстреля България в качествено нова орбита и да върне една голяма част от младите българи зад граница обратно у нас. 

към ЕК, колкото към нас самите, към нашето образование, към нашите учители. 137-мо училище е най-обикновеното училище, за което можете да си помислите. Бих казала, то е по-обикновено от обикновените български училища. До него се стига трудно, в продължение на години децата

Стартиращият бизнес е поле, което може да изстреля България в качествено нова орбита и да върне една голяма част от младите българи зад граница обратно у нас

там са имали проблеми с успех, поведение, липса на мотивация. Всичко това е вече част от миналото, благодарение на смелостта на една директорка, няколко отлични учители и двамата студенти от Техническия университет със стартираща фирма.

Корпоративно банкиране



Ние движим българския експортен бизнес напред

- Факторинг услуги
- Инвестиционно и обратното (вкл. пред-експортно) финансиране
- Търговско финансиране (инкаса, акредитиви, гаранции) и възможност за индивидуално разработени решения
- Лизинг на недвижими имоти, транспортни средства, машини и оборудване
- Консултации и индивидуални решения за хеджиране на валутен и лихвен риск (Euribor, Libor, Sofibor) и борсово-търгуеми стоки

Нашите специализирани бизнес центрове и отдел Големи корпоративни клиенти подкрепят Вашите бизнес планове и международно развитие, като предлагат иновативни и интегрирани решения, съобразени с Вашите нужди.



№ 1 експортен и импортен фактор в света,
2011 Factors Chain International

БЪЛГАРИЯ • ГЪРЦИЯ • СЪРБИЯ • РУМЪНИЯ • УКРАИНА • КИПЪР

Новите Оскари на бизнеса

Предстои раздаването на Мистър и Мисис Икономика 2012, конкурсът е с изцяло обновени категории

Раздаването на бизнес Оскарите предстои и тази есен. Най-значимият конкурс за бизнес лидери през 2012 година ще бъде с две големи награди

МИСТЪР & МИСИС ИКОНОМИКА

Така гамите-предприемачи ще имат своя писта за изява, която заслужено са извоювали.

Изцяло обновени са и останалите категории:

✓ за принос в развитието на ИНДУСТРИЯТА

✓ за принос в развитието на ЗЕМЕДЕЛИЕТО И ХРАНИТЕ

✓ за принос в развитието на МАЛКИЯ И СРЕДНИЯ БИЗНЕС

✓ за принос в развитието на ТУРИЗМА



✓ за принос в развитието на БАНКОВИЯ СЕКТОР

✓ за принос в развитието на НЕБАНКОВИЯ ФИНАНСОВ СЕКТОР

✓ за принос в развитието на ИНФОРМАЦИОННИТЕ И КОМУНИКАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ (ИКТ)

МЕДИЙНИ ПАРТНЬОРИ



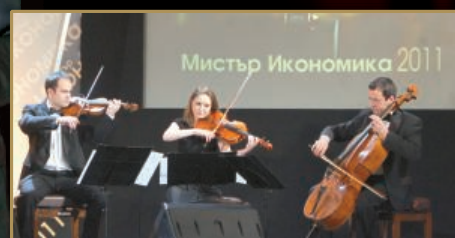
Kmeta.bg

СТАНДАРТ NEWS





Над 1000 гости - икономисти, финансисти, дипломати, интелектуалци, се събраха на церемонията по връчването на възобновените награди „Мистър Икономика 2011“ миналата година в Националния исторически музей




По традиция победителите ще бъдат избрани от авторитетно жури от 33-ма експерти - водещи икономисти, финансисти и досегашни носители на наградата „Мистър Икономика“.

Комитет от независими авторитети ще определи критериите, по които да бъдат избрани претендентите, както и ще направи самите номинации, от които журито да определи победителите.

За да бъде конкурсът напълно прозрачен, преброяването на вота на журито ще се извърши, както и досега, от независима одиторска компания.

Тържествената церемония по награждаването на победителите ще се състои на 28 ноември в Националния исторически музей в София и ще се излъчва пряко по Българската национална телевизия от 19.00 часа.

Отново ще бъде спазена 20-годишната традиция всеки от призьорите да получи статуетката „Рибарят и златната рибка“ на Ставри Калинов, превърнала се в символ на конкурса. 



Предизборни харчове

Правителството планира увеличение на пенсии и заплати два месеца преди вота догодина, но тази политика може да не даде желания резултат пред урните, а още по-малко – за родната икономика

ПЕТЪР ПЕШЕВ,
„Бул Тренд Брокеридж“

„Фискално дисциплинираният“ СиEMON Дянков бе пробит и склонен „свише“ на априлска актуализация на пенсии, минимална заплата и някои заплати в публичния сектор. Предвижда се мерките да влязат в сила точно два месеца преди изборите следващата година.

Сегашното правителство не прави изключение от предишните, както не се отличава и от международната практика да вдига доходите в края на мандата си, т.е. опитва се да купува изборите по един легален начин.

В цял свят управляващите увеличават харчовете си в края на своя мандат с цел да се харесат на избирателите, т.е. да бъдат преизбрани. Практиката показва, че тази тактика невинаги работи. Предходните български правителства също отпусаха колана в края на всеки мандат, но не бяха преиз-

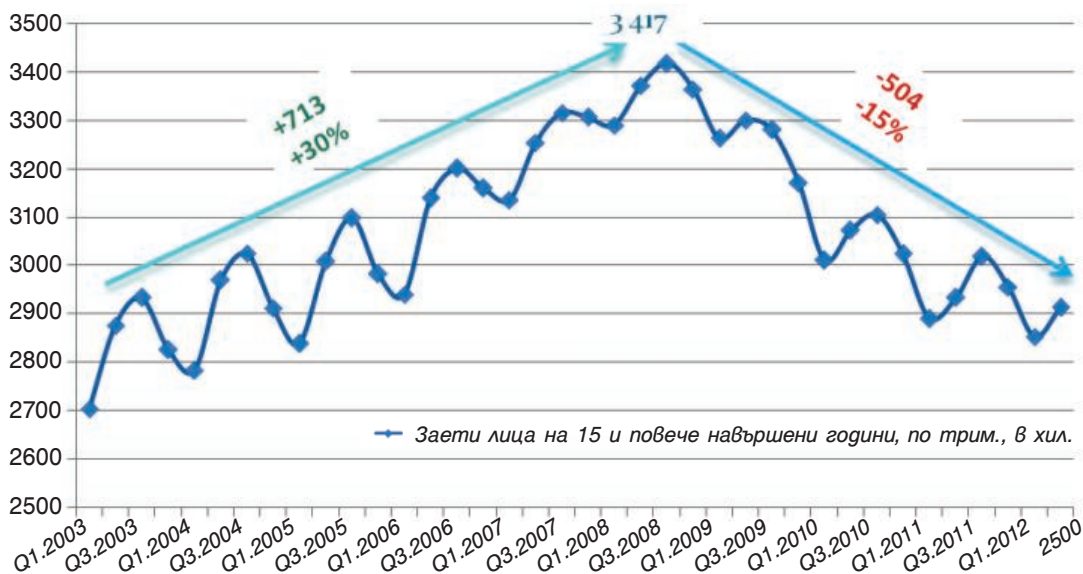
бирани. Сегашното правителство надали ще извлече по-голяма полза от предходните в резултат на вдигане на пенсии, минимална заплата и някои заплати в публичния сектор. Ако получи втори мандат, то надали ще е заради вдигнатите пенсии и някои доходи два месеца преди изборите.

Бързам да подчертая, че настоящата статия няма политически привкус, а има за цел да коментира една изначало грешна политика и стратегия, изпълнявана от много правителства по света и у нас.

Защо вдигането на доходите е грешна политика за България?

С оглед структурата на българската икономика, която е производител и износител на малко стоки за крайна употреба, то до голяма степен увеличението на пенсии и заплати ще се трансформира във внос на стоки, т.е. милиони валутни единици ще напуснат страната, ще се натовари платежният

Заети лица на 15 и повече навършени години, по трим., в хил.





баланс, а за страна във валутен борд не е желателно да има изтичане на валута.

Наг 70% от готовите храни, зеленчуци, плодове, грехи и въобще стоки с цел крайно потребление, са внос, което автоматично означава, че с увеличаване на доходите в България ще се стимулират заплати, данъци и пенсии в чужди

държави. Целта на всяка ефективна икономическа система е да е налице такава стопанска среда, в която парите да правят колкото се може повече кръгообороти, като балансът между влезли в страната средства и напуснали да е положителен.

Друга причина е, че все по-малко заети ще осигуряват популистското намерение на поредното правителство. От началото на кризата (3-то тримесечие на 2008 г.) 503 хиляди човека са изгубили работата, т.е.

броят на заетите е намалял с

15%, като съкращенията в частния сектор са

много по-осезаеми спрямо публичния. Съвсем вероятно е държавната хазна да излезе на червено през следващата година, а планираното увеличение ще е крайно неефективно за икономиката на страната.

***Заглавията са на редакцията**



Какво е правилното решение?

Правилното решение е средствата, нужни за увеличение на пенсии, минимална заплата и бюджетните заплати, да се насочат към разкриването на работни места чрез програми по:

✓ подпомагане на стартиращи фирми, тъй като статистиката сочи, че от фирмите, разкрити сега, едва 50% ще оцелеят след 5 години и едва 33% след 10 години. Разбира се, и тук трябва да бъдат разкрити фирми, които заслужават да бъдат подкрепяни, а не всички под общ знаменател;

✓ насърчаване на заетостта по специалността на завършили студенти без опит;

✓ покриване на разходи на инвеститори, които разкриват работни места в сектори с висока добавена стойност;

✓ стимулиране на селскостопанските производители, така че зърнопроизводителите да не са синоним на висша класа в родното общество, а магазините да са залети от чужди зеленчуци, плодове, животински продукти.

✓ стимулиране електро-транспорта в страната (обществен, търговски и индивидуален), тъй като България е голям производител и износител на електрическа енергия.

Ред други предписания могат да бъдат изброени, но нямам намерение да пиша домашното на правителството, а просто да предоставя различна гледна точка.

ИЗБОРИ

С НЕОЧАКВАН КРАЙ



Президентът

Барак Хусейн Обама II е 44-ият и настоящ президент на САЩ от Демократическата партия. Той е носител на Нобелова награда за мир през 2009 г. Роден е на 4 август 1961 г. в Хонолулу (Хавай) от баща кениец и майка американка. Обама е възпитаник на Колумбийския университет в Ню Йорк с диплома по политология и международни отношения и юрист от университета в Харвард. Президентът е баща на две момичета – Малия и Наташа. Съпругата му Мишел Обама е тази, която загива политическата му кариера. В надпреварата за номинация на демократите през 2007 г. той печели битката с Хилари Клинтън, която по-късно е назначена за държавен секретар в неговия екип.

Религиозните предпочитания на Барак Обама са към протестантството.

КОЙ КОЙ Е

Два месеца преди изборите за президент в САЩ властите във Вашингтон изкараха нов план за оздравяване на американската икономика. Ключовата дума в него безспорно е „стимулиране”,

защото след като наследи Америка в тежка икономическа криза, настоящият президент Барак Обама четири години се опитва да спре спада в производството и да осигури условия за неговия

Бъдещият президент на САЩ трябва да убеди американците, че ще изведе икономиката на успешна писта и ще се справи с безработицата. А дали той ще се казва Барак Обама или Мит Ромни все още е непредсказуемо – резултатите са опасно близки, развръзката идва на 6 ноември

АНТОН АНДОНОВ

Европейските и азиатските пазари отгърнаха облекчено и отчетоха рязък скок, след като ФЕД обяви нов план за стимулиране на щатската икономика. В средата на миналия месец новината бе посрещната с ръст на борсовите индекси средно с 1,5 % във Великобритания, Германия и Франция, след като същото се случи на фондовите пазари в Азия. Заедно с това покачване отчетоха и цените на акциите в банковия сектор. Книжата на банка RBS скочиха с 3,8%, а на Barclays – с цели 4,5%. Същото стана и с акциите на грузи европейски трезори. И Всичкото това се случи заради обещанието

на властите във Вашингтон да наливат в американската икономика месечно по 40 милиарда долара. Новината не бе посрещната с оващи единствено в предизборния щаб на Мит Ромни, който заяви, че той изяжда спестяванията на американците, отслабва долара и обещава инфлация.

Планът

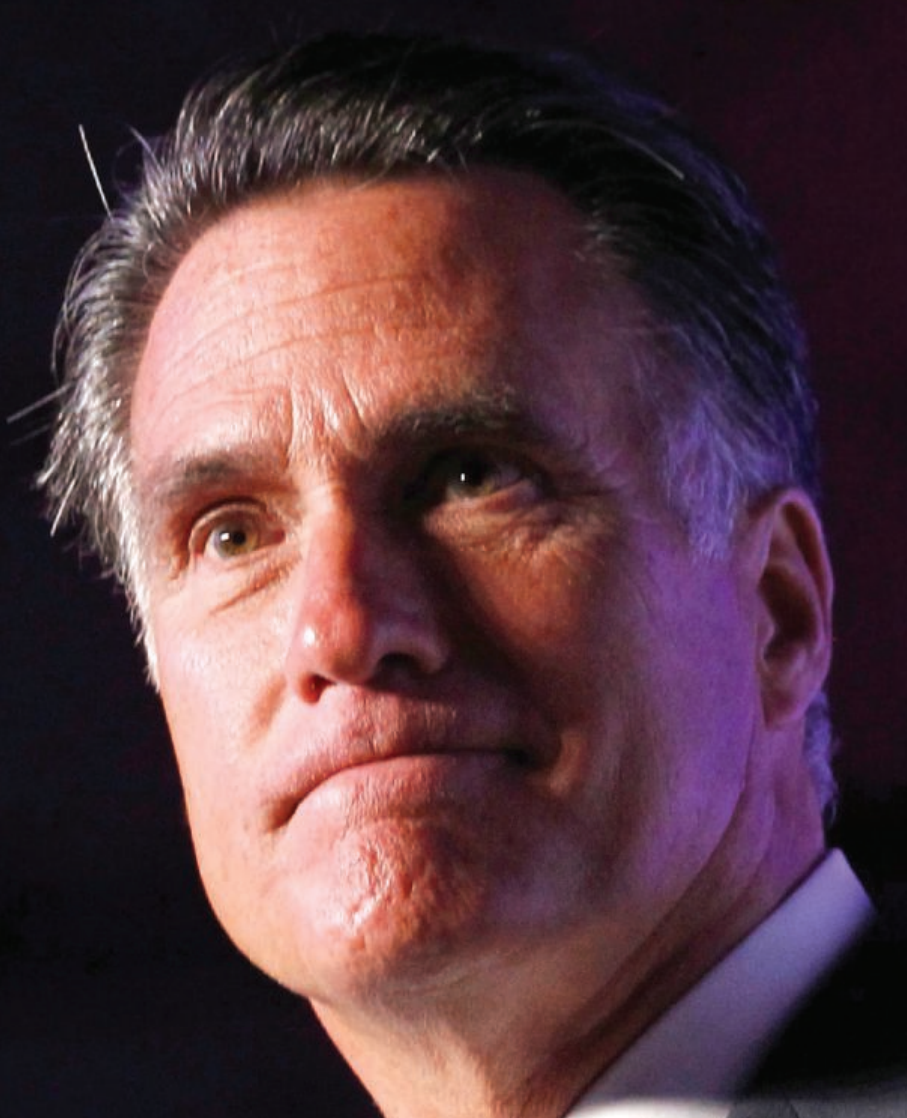
ФЕД има намерение да изкупува ипотечни облигации за 40 млрд. долара всеки месец, докато икономиката не започне да демонстрира стабилен ръст и докато не се понижи нивото на безработицата. В същото време кредитната ставка в САЩ ще продължи да бъде на

Претендентът

Уилърд Мит Ромни е американски бизнесмен и политик от Републиканската партия. Той е обичайният заподозрян сред съпартийците си, когато става дума за Белия дом. Ромни е роден на 12 март 1947 г. в Детройт, в семейство на бизнесмен и актриса. Мит Ромни има бакалавърска степен в мормонския Университет „Бригам Йънг“ в Проувоу и магистърска в Харвард. Работи в консултантския бизнес и управлява компаниите „Бейн Кепитъл“ и „Бейн & Къмпани“ в Бостън. Той е шеф на оргкомитета за зимните олимпийски игри в Солт Лейк Сити през 2002 г. Като губернатор на щата Масачузетс прави значителни бюджетни икономии и намалява дефицита в щатския бюджет.

Той въвежда в Масачузетс почти всеобщо здравно осигуряване. Женен е за Ан Ромни, от която има пет деца – Тагад, Матю, Джошуа, Бенджамин и Крейг. Мит Ромни е мормон.

ФОТО РОЙТЕРС



ръст. Същото обещава и неговият основен конкурент по пътя за Белия дом – републиканецът Мит Ромни. Но от позицията на претендент. В условията на криза избирателите винаги предпо-

читат да заложат на сигурното и все по-малко вярват на обещания за светло бъдеще. Как ще гласуват те – ще стане ясно на 6 ноември, когато ще бъде вотът за следващия държавен глава.

ниски нива – 0,25%, поне до 2014 г. Основната цел на новия план на шефа на ФЕД Бен Бернанке е да се понижи стойността на кредитите за бизнеса и физическите лица. Ако всичко върви по мек и масло, растежът в САЩ за тази година трябва да бъде около 2%, безработицата – около 8%. За 2013 г. цифрите трябва да бъдат съответно 2,5-3% и 7,6%, а през 2014-а – над 3%, срещу 6,7% безработни.

Идеята бе посрещната с овации от фондовите пазари отвъд океана. Борсовите индекси започнаха да пълзят нагоре веднага след оповестяването на решението на ФЕД. Индексът Dow Jones скочи с 1,55%. Същото се случи на пазарите в Азия. В Хонконг увеличението на борсовия индекс бе с 2,7%, а на японския Nikkei – с 1,8%, защото инвеститорите са обнадежени, че планът за стимулиране на американската икономика наистина ще сработи. А това би било от полза освен за американските производители и за техните азиатски и европейски партньори. Още повече, че Бернанке този път не ограничава във времето действието на плана. Това означава, че пари ще се наливат, докато не бъде отчетен стабилен икономически ръст.

Страховете

Прът в колелото на щатската икономика може да сложи необходимостта от отпускането на финансова помощ от страна на ЕС и МВФ за Испания. Дългът на Мадрид порасна до рекордните 75,9% от БВП. Искането на Гърция за двугодишна отсрочка за изпълнението на стабилизационния план също би стреснало инвеститорите, ако бъде прието, защото ще наруши потока на финансовите потоци в света, които винаги търсят сигурност. На този фон се засилват страховете за бъдещето на световната икономика, ако кризата

КУРИОЗИ

HUSTLER

1 милион долара награда обеща издателят на списанието Hustler за онзи, който покаже гангъчна декларация на Мит Ромни от преди 2010 г. Бащата на специализираното за мъже списание Лари Флинт обеща наградата „за ганни, свързани с непубликуваните гангъчни декларации и офшорни активи, банкови сметки и бизнес дялове на претендента за Белия дом“. Официално мултимилонерът Мит Ромни публикува гангъчните си декларации единствено за 2010 и 2011 г. и отказа да разкрие доходите си за предишните години.

ПЪРВА ДАМА



Една от тях ще бъде господарката на Белия дом през следващите четири години. Жените до двамата претенденти да управляват Америка са толкова различни, колкото и съпрузите им. Ми-

шел Обама идва от скромно семейство и вече показва на сънародниците си какво може да направи за тях като първа дама. Дори лично засади леа със зеленчуци в Белия дом.

Нейната съперница Ан Ромни стои твърдо до съпруга си с бекграунда на жена, която никога през живота си не е усетила горчилката на провала. Преуспяла, богата и от сой, тя е онова, което американците искат да видят, когато застанат пред огледалото в домовете си. По принцип първата дама в САЩ има определяща роля във вътрешната политика на страната.



в еврозоната се разрасне, а в САЩ се забави оздравяването.

В същото време втората по големина икономика в света – китайската, отчита забавяне, което също е сериозен проблем пред Вашингтон, защото излизането на закъсалите държави от кризата работи на принципа на скачените съдове.

Всъщност, освен САЩ, Европа и Китай също обявиха безпрецедентни мерки за стимулиране на икономиката. ЕЦБ обеща да започне изкупуване на облигации на проблемните страни в Еврозоната, а Пекин от началото на юни на два пъти понижи основната лихва и намали изискванията за минималния обем банкови резерви, за да стимулира кредитирането.

Освен тези страхове двамата кандидати за Белия дом ще трябва да се справят с още един важен проблем – безработицата. Нейното ниво през последните три години е над 8%, което със сигурност не е добър атестат за управле-

нието на Барак Обама. Очаква се, че предизборните дебати ще бъдат съсредоточени върху мерките за намаляването на хората без работа.

Битката

Пог 50% падна подкрепата за настоящия президент на САЩ, което със сигурност обещава оспорван

вот след месец. Някои анализатори не пропуснаха да предвидят и ръчно броене на вота, което означава битка за всеки глас. През миналия месец Барак Обама все още воде-



Според предварителните проучвания подкрепата за Обама и Ромни е почти изравнена

зетс едва 37%.

Парите, които гвамата претенденти събират от привържениците си, за да финансират предизборните си кампании, също са почти изравнени. През август Барак Обама отчете 114 милиона долара дарения, а Мит Ромни - 111 милиона долара. Това означава, че предизборните дебати и послания от телевизионния екран и социалните мрежи ще бъдат решаващи за вота на 6 ноември. И ако първият знае как се прави кампания през Facebook и Twitter, то вторият трябва да покаже, че не само си е научил урока, но и да предложи нещо ново.

ше в социологическите проучвания пред Мит Ромни. 47% от гласоподавателите биха подкрепили демократа, а за републиканеца биха гласували 43%. От щаба на Ромни посрещнаха новината с доволно потриване на ръцете и обещаха да стопят разликата в изборния ден. Мит Ромни се оказа по-популярен сред регистрираните независими гласоподаватели. 35% от тях биха гласували за него, а вота си за настоящия президент биха дали едва 31% от тях.

Барак Обама обаче също има силен коз в ръката си. Той разчита на младите американци, които на миналите избори гласуваха за него.

Президентът обеща, че вторият му мандат ще бъде съсредоточен върху решаването на проблемите в образованието. На работещите с доход под 250 000 долара обеща намаляване на данъците и по-стабилна социална защита. Обама има намерение да реши въпросите с имиграцията и натрупаните проблеми в енергетиката.

В битката за Белия дом тактиката на настоящия президент включва ясни политически и изпълними икономически послания. В тази връзка за никого не бе изненада обявяването точно сега План за стабилизирането на американската икономика. С него екипът на настоящия президент разчита да вдъхне увереност и на най-младите избиратели, защото точно те пострадаха най-сериозно от кризата. На миналите избори пак те решиха вота, давайки предпочитанията си през 2008 г. за Обама. Тогава за него гласуваха 66%

от младежите между 18 и 30 години. Най-новите социологически проучвания показват, че сега за господаря в Белия дом биха дали гласа си 57%, а за бившия губернатор на Масачу-

ПОДКРЕПА

Магона избра Барак Обама. Поп иконата показва специална татуировка на гърба с надпис "Обама" на концерт в Ню Йорк, част от турнето "MDNA". Въпреки че татуса, бе в голната част на гърбът певицата го показа и призна, че е голяма късметлийка, защото живее в Америка. „Тук не затварят заг решетките хора, защото открито изразяват мнението си, защото са хомосексуалисти или изповядват неправилната религия“, изкрещя Магона. Наскоро Барак Обама подкрепи гей браковете и дори бе гост на парти на хомосексуалисти.



"Ние сме по-добре днес, отколкото когато Барак Обама встъпи в длъжност. Тогава икономиката бе в състояние на свободно падане и всеки месец губехме по 750 000 работни места! Това е факт и ако питате мен, новият президент на САЩ трябва да се казва Барак Обама". Това заяви в своя 48-минутна реч при обявяването на кандидата на Демократическата партия бившият американски президент Бил Клинтън. 66-годишният президент остана в историята като гържавния глава, в чийто мандат бе отчетен най-дългият икономически бум в най-новата история на Америка.





Любен Белов

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Късметът със сигурност каца на рамото на всеки, но най-много се говори за онези, които успяват да го хванат. Любен Белов е един от тези хора. Той е предприемач, който не жали време, за да споделя своя опит и да пали искрата на предприемачеството у младите.

Ще го видите като вдъхновяващ лектор и член на жури на редица студентски инициативи за стартиращ бизнес. Какъв по-разпителен пример от историята на „Нет Инфо.БГ“, която стана най-голямата българска интернет компания и по приходи, и по дял на пазара на онлайн реклама. След като ѝ дават „първите седем го-

За една

дини”, основателите ѝ я продават на финландската медийна група Sapoma Magazines International. Затова някак съвсем естествено Любен Белов със своя бизнес партньор Тодор Брешков стана фонд мениджър на LAUNCHub и двамата ще управляват 9 млн. евро за финансиране на стартапи по финансовия инструмент „Entrepreneurship Acceleration and Seed” на програмата JEREMIE.

Белов започва бизнес през 1998 г. По онова време да правиш нещо в интернет си е истинско приключение, тъй като глобалната мрежа беше

непозната територия

на която първа щеше да се създава нов сектор в икономиката. Тогава конкуренцията все още не беше се събудила. Затова беше много по-лесно да завладееш голям пазарен дял и да се възползваш от предимството на първия, но трябваше да се фокусираш единствено в рамките на страната, спомня си предприемачът. Сега ситуацията очевидно не е такава, ако намерението е

СЪВЕТИ

1. Не се страхувайте да споделяте т. нар. гениални идеи. Населението на Земята е над 7 млрд. и има поне 1000 души със същата идея. Разликата между всички тях е в усилията, които всеки ще направи, в контактите, които ще осъществи, и в хората, които ще му помогнат. Нужно е да си достатъчно фокусиран и да имаш необходимата доза късмет.

2. Не бива да се стремите да продадете идеята си във всеки един момент, тъй като не се знае кой ще се захване с нея. Споделяйки я с повече хора, може да попаднеш на точния човек, който да ти помогне да я

Как добрата

осъществиш. Сам никой днес не би могъл да развие нещо наистина значимо.

3. Търсете правилните съмишленици и партньори, но се заредете с упоритост и търпение. Предварително трябва да знаете, че има безсънни нощи, вратите пред вас няма да се отварят лесно и нееднократно ще се случва да ударите на камък.

4. Задача номер едно на всеки предприемач е да изгради екипа си. Той трябва да открие точните партньори и добрите корпоративни структури. Негова задача е да намери нуждата на клиентите, да открие правилния пазар и

Любен Белов
от LAUNCHub
вярва, че сега
е точният
момент да
осъществите
мечтата за
технологичен
бизнес в
България

шепа ЕВРО

да се прави бизнес във високите технологии в България. Доброто в днешния момент според Любен Белов е, че новостартиращите компании имат достъп до ресурси и възможност да развият продукти и услуги за глобалния пазар. Ако целта е да направиш нещо значимо в България, вратите като че ли са затворени. С усилията, които ще положиш за разработката за местния пазар, може да имаш далеч по-добри постижения зад граница. „Тогава бяхме капсулирани и затворени на локалния пазар, но пътят към успеха бе по-лесен”, спомня си Белов.

Едно е да се мъчиш да плуваш в малка река и съвсем друго

В световния океан

където обаче не е трудно да се удавиш. Всеки от младите предприемачи в ICT сектора мечтае да има успеха на Google и Facebook. От кое яйце обаче ще изскочи голяма птица, е загадка, а Любен Белов вече се е заел с тази задача. Двамата с Тодор Брешков ще селектират проекти и ще подпомагат екипите да ги развият.

Опитът има още по-голяма стойност, когато е споделен. Любен Белов е ментор, за който всеки абсолютно начинаещ може да мечтае, защото е създал и управлявал не една компания: „Упоритостта е задължителна черта за успеха. Не е достатъчно да родиш една гениална идея, а трябва желание и устрем да я преследваш. Усетиш ли, че трябва да я коригираш, не отлагай. Важна е способността да се намери нуждата на големи маси от хора и бизнесът бързо и адаптивно да върви в тази посока. Всичко голямо, на което днес сме свидетели, е тръгнало от една идея и е преминало през промени, докато стане това, което днес познаваме на пазара. PayPal например тръгна като SMS система за разплащания.”

За Любен Белов

шансът да прави бизнес

като че ли се отваря съвсем случайно. Виктор Пенев е негов съученик от Английската гимназия в София и в края на 90-те е инвестиционен banker в JP Morgan и има

натрупан бизнес опит в Америка. Тогава той разработва бизнес плана за публичното предлагане на най-големия интернет портал в Южна Америка - Star Media. Игва в София с идеята да приложи натрупаното ноу-хау, като набере финансиране и опита да развие същия бизнес модел в България. Предлага на Любен Белов да стане негов съдружник, макар младият юрист да няма никаква представа какво е интернет. Любен е завършил право и докато го учил, бил убеден, че професионалната му реализация няма да е свързана с това. Така и станало. Защо обаче приел да се хвърли в неизвестното? „Ако в първия момент видиш приложение на една идея и можеш да я обърнеш в приложение за себе си, очевидно тя става” – в своя предприемачески път той нееднократно се е убедил в това.

През 1988 г. Белов влязъл в казармата в една България и излязъл от нея в съвсем друга: „Възможностите гебнеха

на всеки ъгъл

Всеки опитваше да прави нещо. Сега средата от гледна точка на

ИДЕЯ ДА ПОРАСНЕ

да формира бизнес модела си.

5. Дългосрочната формула за успех изисква да има разпределение на компетентностите между партньорите. Всеки трябва да е безспорният лидер при вземането на крайните решения по определени теми. Консенсус да се постига след дискусия, за да има коректив на мненията. Принципът при създаването на добрия екип е всеки да е най-добър в това, за което отговаря.

6. Младите предприемачи трябва да са готови да се борят с недоверието, да следват визията и вътрешното си чувство, но същевременно да чуват колкото се може повече

мнения. Да отстояват позицията си, но да не забравят, че те трябва да формират корпоративната култура и че всеки човек е важен. В стартовете, а и на по-късен етап отношенията „шеф-подчинен” не работят. Предприемачите трябва да са готови да минат през болката.

7. Бързината е от съществено значение и предприемачите не бива да протакат изпълнението на идеята. Предимството на първия е ключово.

8. Универсална рецепта няма. Има прекалено много движещи се фактори и във всеки момент трябва да се съобразявате с тях.

чувствителност към предприемачите е много по-позитивна. Вече е известно, че всяка идея може да доведе до комерсиален успех.” Според мениджъра на LAUNCHHub гнес предприемачеството се задушава от компаниите, които предлагат на способните хора големи заплати и не им оставят стимул да се огледат за собствен бизнес. Но кое е това, което ще накара един млад човек вместо високия доход като наемен служител да избере трънливия път на предприемача? „Две неща – едното е, че той носи такъв заряд у себе си и, и второ, като участници в създаването на предприемаческата система ние трябва да я направим по-атрактивна.” Може и да не го наречем мисионерство, но Любен Белов е убеден, че ако гнес не се положат усилия и не се развие добра бизнес среда, българската икономика е обречена на изчезване. Средните и малките предприятия по света осигуряват около 80% от цялата заетост. И колкото повече млади предприемачи с големи идеи привлече LaunchHub, толкова повече успешни сделки фондът ще може да направи. Целта е пазарът да се разшири и да има по-голям комерсиален успех. При селекцията на проектите и на екипите сигурно събитие за крайния резултат няма, рискът е много голям. И MTeI не са знаели, че ще достигнат до над 5 млн. клиенти, но са вярвали, че имат огромен потенциал за развитие.

В бизнеса е изключително важно

кой е твоят партньор

Любен Белов и Тодор Брешков се познават от 2005 г., когато той е изпълнителен директор на Първа финансово-брокерска къща. Тогава „Нет инфо.БГ” тръгва да прави IPO и организира надпревара между няколко инвестиционни посредника. Решават да се доверят на екипа на Тодор, именно той печели доверието им. Заедно намират инвеститор в компанията, после той помага в поредица от

сделки за придобивания на „Нет инфо.БГ”. И съвсем естествено е, когато се появяват възможностите за създаване на фонд по JEREMIE, двамата да видят нова възможност да работят заедно. Любен и Тодор са единство на

противоположностите, като партньори в работата те взаимно се допълват.

Високата добавена стойност е в ICT сектора, но в Европа интернет технологиите не се развиват достатъчно интензивно и ако ЕС



Георги Къдрев

Избери ме, изрежи ме

Ако инвестиционен banker оценява един проект, той веднага ще види проблемите в него и ще каже, че не струва. Ако обаче предприемач погледне същия този проект, той знае, че щом търсите решение на проблемите, ще го намерите, твърди 27-годишният Георги Къдрев. Ръководената от него и други трима ентузиаста Imagga премина ситото на LAUNCHHub за подбор на проекти и спечели 200 хил. евро финансиране като seed инвестиция. От четири години компанията разработва технологии за анализ на цифрови изображения и усъвършенства възможностите за разпознаване на снимки. Основният ѝ бизнес е свързан с b2b решения, които са невидими за крайния потребител. Клиентите на Imagga не получават обемист пакет по пощата. В ерата на виртуалните технологии на тях са им нужни данни за достъп и информация как да полз-

ват продукта.

Някое от приложенията? Влизате в американския сайт за вдъхновение за булки <http://lover.ly>. Ако обичате синьо, кликвате върху съответното квадратче във виртуалната палитра и търсачката ще селектира всички снимки със загадения цвят. Тази технология не само работи, но е създадена от българската Imagga. Сайтът www.crop.me също е тяхно дело. Там фотографиите не се режат на сляпо, а има и автоматична опция за избиране на най-важната част от снимката. Услугата е безплатна, но не и ако искате да обработите голямо количество снимки. След известно време ще има и други улеснения, които също ще бъдат платени.

Когато Георги Къдрев завършва информатика в СУ „Св. Климент Охридски”, за първа година се предлага магистърска програма по техноло-

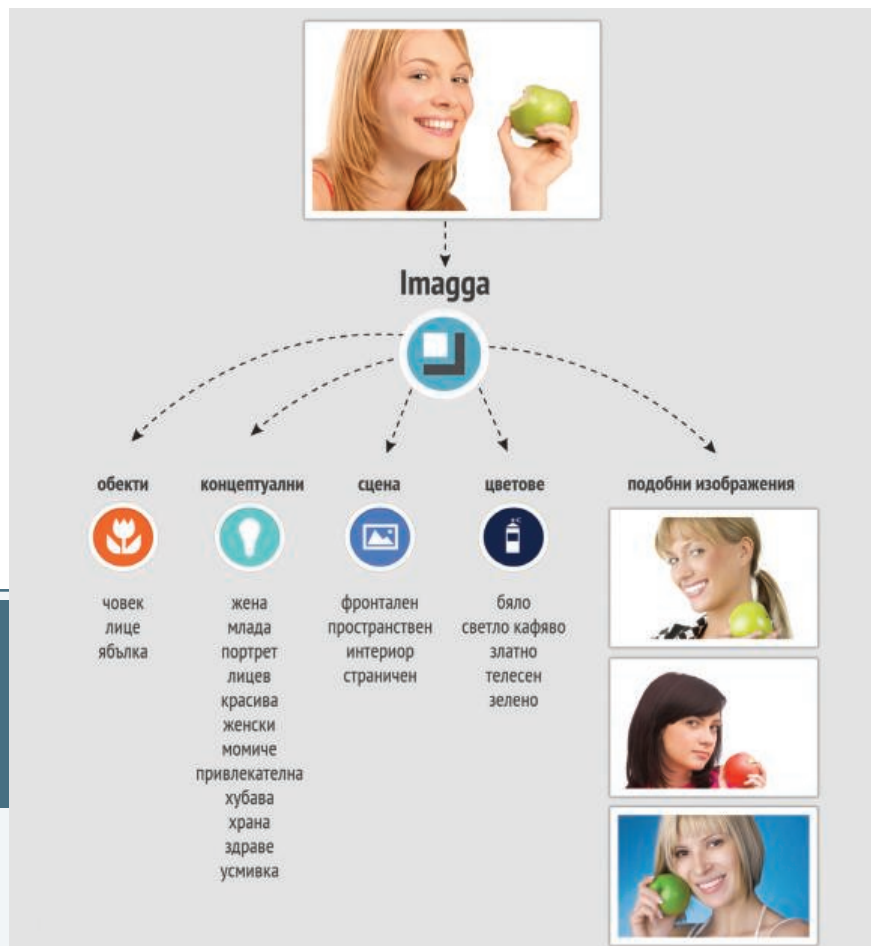
иска да е конкурентоспособен на този пазар, трябва да прави усилия, за да се раждат иновации и на Стария континент. Програма JEREMIE е логично решение в тази посока и цената, която ЕС плаща за създаването на такава среда, е незначителна.

Държавата трябва да създава условия за развитие и, ако е необходимо, да подпомага частния сектор. През фондовете по JEREMIE

тя осигурява средствата и дава шанс на хората с идеи, като предпочита да повери на частни предприемачи да управляват парите и да менажират целия процес. Подобна стъпка явно не може да бъде направена нито само от държавата, нито само от частния сектор, затова те си подават ръка чрез това публично-частно партньорство. За държавата е важно да подобере точните фонд ме-

ниджъри, които няма да прахосат парите а правилно ще направляват развитието на стартиращия бизнес и ще подберат проектите така, че да имат успех на глобалните пазари. В IT сферата днес няма таван на възможностите и всичко, което в рамките на 10 години ще върне инвестираните средства не по по-малко от петшест пъти, за мениджърите на LaunchHub би било успех.

Любен Белов има участие и в Sofia Ventures, която беше създадена от инвеститорите в „Нет инфо.БГ“ след продажбата на бизнеса. Заедно имат компания, която се занимава с видеодистрибуция, друга е насочена към интернет реклама, а възнамеряват да развият и проект за интернет запознанства. Фондът LAUNCHHub не е игра на инвестиции, а е истинско изпитание за професионализма и тънкия бизнес нюх на предприемача. И тук не става дума колко ще спечелиш, въпрос на чест е да не загубиш. 🍷



гично предприемачество. Желанието му да развие свой бизнес се среща с възможността да учи как точно да направи това. Още на студентската скамейка създава Imagga, а когато завършва тази програма, Георги получава покана да се включи в нея като преподавател. Така вече три години обучава студенти по технологично предприемачество.

Още като ученик Георги Кърдев се запалил по програмиране и анализ на фотографии. Когато преди четири години решава да превърне тази своя страст в бизнес, идеята се оказва вдъхновяваща за други трима негови приятели, които също мечтаят да станат предприемачи. Георги става

управител и технологичен директор на Imagga, а Ставри Николов - директор по научноизследователската дейност. Павел Андреев е креативен директор, той е специалист по уеб дизайн и ползваемост. Христо Георгиев е маркетинг директор. Не се изненадвайте, в стартирните е така – в началото всички са шефове.

Надеждата и на четиримата е чрез фондовете по JEREMIE да се създаде среда за високотехнологичен бизнес и хората, които правят иновации, да си взаимодействат. В момента в България и сам воинът е воин.

Георги все още не знае дали големият външен пазар е достатъчно отворен към предложения от малки

Три стъпки

- ✓ Ако харесваш онава, с което се занимаваш, намиращ правилния начин да го развиеш в бизнес.
- ✓ Установете истинската нужда на потребителя и тогава той ще стане Ваш клиент.
- ✓ Мислете глобално, а не локално. С малко повече усилия ще продавате на световните пазари.

страни като България. Ако компанията е в Америка и фирма от САЩ потърси нейните услуги, нивото на доверие е много по-голямо, отколкото ако тя е от страна на Балканите. Вече е установил, че доверието се създава, след като тестват продукта. Видят ли, че работи, дестинацията, от която идва, е без съществено значение.

Чрез финансирането от LAUNCHHub младите предприемачи ще автоматизират някои от процесите и ще усъвършенстват технологиите, които разработват. За целта ще наемат още няколко специалисти. Партньорите в Imagga са се фокусирали върху създаването на собствени продукти и не се занимават с аутсорсинг. Около 60% от клиентите им са от САЩ. Те вече са сбъднали мечтата да работят в България, а да продават навън.

Страната ви е единствената в региона, в която не сме сред първите три търговски партньори, и това може да се промени, казва председателят на Френско-българската търговска камара

СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

- Г-н Дюлае, Френско-българската търговска камара преди дни отбеляза 7-ата си годишнина. Каква оценка давате на дейността ѝ?

- Що се отнася до Френско-българската търговска камара, официално през 2005 г. бе обявено създаването ѝ в България. Тя се явява наследник на бизнес клуба, който съществуваше преди това. Разликата между един бизнес клуб и една камара е в това, че в бизнес клуба средата е много по-затворена и само между управителите на отделни фирми се водят преговори. Докато идеята на една търговска камара е да се установи износ на български фирми на френския пазар, както и в обратна посока.

Преди 7 г. във Френско-българската търговска камара членуваха 50 фирми, сега са 150. Осъществяват се и се реализират търговски мисии, насърчава се бизнесът между двете страни, а също и между правителствата - подпомагаме ги с консултантска дейност, ако имат нужда от информация за взаимоотношенията между двете държави.

- Как се развива стокообменът между България и Франция?

- Франция заема между 12-14-о място сред водещите чуждестранни инвеститори в България и това е единствената държава в Източна Европа, в която не сме сред първите три водещи външнотърговски партньори. Това се обяснява с факта, че България живее в



Стефан Дюлае: България е ПОДХОДЯЩО МЯСТО ЗА ИНВЕСТИЦИИ

Стефан Дюлае е роден в Париж през 1962 г. Завършил е Висшия институт по мениджмънт (Institut Supérieur de Gestion). Има богат професионален опит в сферата на маркетинга и комуникациите във Франция, Великобритания, Швейцария. През 2000 г. пристига в България. Генерален директор е на комуникационната група Navas за Балканите – България, Македония, Косово, Албания и Сърбия, част от която са агенцията за маркетингови комуникации Euro RSCG Sofia и медийната агенция Media Planning Group. Председател е на Управителния съвет на Balkan Expert Holding. Председател е на фестивала „Международни медийни събития“ – Албена 2004 г., 2005 г. и 2006 г. От 2000 г. до 2011 г. е заместник-председател на Френско-българската търговска камара, а от април 2012 г. е неин председател.

сянката на историческия за Франция партньор на Балкани-те - Румъния. България живее в сянката и на отношенията между Франция и Гърция. Много марки в България съществуват като гръцки и се разпространяват чрез франчайз и всъщност инвестициите се разглеждат като гръцки, а не като френски. „Карфур“ е идеален пример за това - френска марка, френски начин на работа, но гръцка инвестиция в България. Ако през тази призма се разгледа мястото на Франция като инвеститор в България, ако се потърсят производът и същността на марката, а не се гледа само като инвестиция, то тогава може да се промени тази класация. От друга страна, в момента много български гружества имат желание да изнасят и основната им цел е да проникнат на френския пазар. Работим върху това да има Дни на Франция и Дни на България, които ще се проведат между 2012-2013 г. Те ще бъдат организирани с помощта на партньори - основно Българската търговско-промишлена палата (БТПП) и Българската стопанска камара (БСК), като идеята е да се организират български делегации, които по сфери на дейност да се свържат директно по региони със съответните френски камари. Ние подкрепяме всички дейности на българското правителство. Аз съм част от комисията, която е организирана от президента Росен Плевнелиев по отношение на Програма 2020, т.е. каква трябва да бъде стратегията, какви цели трябва да бъдат поставени пред икономическата политика за този период. На 22 октомври ще придружавам българската група, която ще участва на специализираното международно изложение за хранително-вкусова промишленост във Франция, Париж – SIAL, така че сме много активни в тази насока.

Президентът Росен Плевнелиев ще организира кръгла маса

с около 20-ина участници, сред които ще са вицепремиерът Симеон Дянков, министърът на икономиката, енергетиката и туризма Делян Добрев, министърът на социалната политика Тотю Младенов, представителите на синдикатите и 3 чуждестранни търговски камари

- Американската търговска камара в България (AmCham),

Германо-българската

индустриално-

търговска камара

и Френско-българ-

ската търговска

камара. Основна

тема на дискуси-

ята е как да се

развива българ-

ската икономика и

как да се привле-

кат чуждестранни

инвестиции. Това

е много правилен

подход, защото

България трябва да има стра-

тегия в тази област. От друга

страна, смятам, че всички ико-

номически участници трябва да

се обединят и да се знае кого,

как и по какъв начин да привле-

чем.

- **Какво ще кажете на пре-**

зидента Плевнелиев на тази

кръгла маса?

- Идеята е не толкова да се

гадат съвети, а да се наме-

ри правилният подход. Ще дам

пример със Словакия. В страна-

та съвсем наскоро се изгради

завод на БМВ. Словакия не е из-

брана „на спяно“. Тези компании

се установяват там, където вече

има изградена мрежа от подиз-

пълнители и това са фирми,

които са се доказали в своята

област. Това зависи също и от

суровините, с които разполага

съответната държава. Зависи

също и от това какви икономи-

чески стимули е готово да даде

правителството за установя-

ване на такива инвеститори в

тяхната страна. Ето това се

опитваме всички ние да напра-

вим - да се опитаме да опреде-

лим сектори на дейност, т.нар.

клъстери, и по този начин да

потърсим конкретни предпри-

ятия, които имат географски, икономически или политически интереси да инвестират точно в тази държава. Наясно сме, че това са само първите стъпки на един дълъг процес.

- **Как ще изглежда Френско-българската търговска камара след още 7 години?**

- Първите 7 години бяха ус-

пешни за камарата и фактът,

че президентът

Плевнелиев се

обръща към нас,

означава, че ние

сме партньор,

който заслужа-

ва доверие. Бих

искал камара-

та да изглежда

като кръстопът,

на който да се

срещат както

българските

икономически

участници, така

и

френските партньори. И освен

това, доверието, което заслу-

жава една търговска камара,

се разглежда от това колко е

броят на нейните членове. Бих

се радвал, ако след 7 години те

са 500. От тях бих искал 300

фирми да са български, а оста-

налите 200 - френски, защото в

момента няма равновесие. Сега

100 са френските компании, а

останалите 50 - българските.

- **Бихте ли посочили някои**

от новоприсъединилите се

фирми към камарата, има ли

сред тях непознати за нас

инвеститори?

- Започвам от най-големите

- компанията за управление на

хотели Асог, която започна нов

проект за изграждането на хо-

тел в София с марката Novotel

(на бул. „Цариградско шосе“).

Откриването му е планирано за

15 ноември тази година. Друг

инвеститор, който скоро влезе

в камарата, е Vongrain - това

е един от най-големите произ-

водители на сирена във Фран-

ция. И „Каприз де дьо“ (Caprice

des Dieux) е името на едно от

много видове сирена, които

фирмата произвежда, не знам

дали е достатъчно познато в

Бих искал камарата да изглежда като кръстопът, на който да се срещат както българските икономически участници, така и френските партньори

България. Има още едно дружество, което е в сферата на печатната индустрия, Gynufal, компанията Egis, която реализира инфраструктурни проекти в областта на водата.

Сред новите ни членове са фирми от ИТ сферата, които набират и търсят програмисти, тук са и такива компании, които нямат конкретен интерес към френския пазар като Ърнст и Янг (Ernst & Young) например, но заради престижа на Френската камара гържат да са нейни членове.

Всъщност работата трябва да бъде насочена към това да се привличат български фирми, защото така или иначе 95 на сто от френските дружества, които са стъпили на българския пазар, са членове на камарата.

- Прогнозата ви за европейската криза и отражението върху България и Франция?

- Моят преглед на кризата ще бъде съвсем общ, няма да навлизам в конкретика. Струва ми се, че европейската гледна точка не може да се насочва само към Гърция, трябва да погледнем и към случващото се в Италия, Ирландия, Испания. Рискът е бил наличен и преди да се появи тази икономическа ситуация в Европа, и факт е, че се случи. Спадът е чувствителен и забележим във всички области на икономиката, както и при заетостта, и всяка една от държавите в Европа е засегната от кризата в по-малка или по-голяма степен. Ако вземем Франция, нейният публичен дълг нараства и ако това не спре в един момент, просто няма накъде да вървим повече. Не

хората, които не си плащат кредитите в Гърция, са издълбали тази пропаст, а проблемът е много по-дълбок. И не смятам, че гръцкият ганькоплатец

е фалирал, а цялата държава. В Европа стигнахме дъното

и единственият изход сега е да вървим само нагоре. Това може да стане например чрез помощта на кредитни дружества, които малко да опростят дълговете. Подкрепа може да има и от държави извън ЕС - Русия, Индия, Бразилия, Китай. И въпросът, който си поставяме, е дали това излизане от кризата ще е под формата на W, т.е. - дали ще има лек възход, после пак спад и отново пак възход, или ще бъде под формата на V - т.е. да се изкачим направо. Засега като че ли всички показатели и индикатори сочат, че пътят ще е под формата на W.

Смятам, че България се справя много добре. И решението страната да не се присъединява към еврото е добро решение. Вярно, че България е държава, която непрекъснато е в криза, така, че една нова криза за българите не представлява нещо извънредно ново.

Кризата може да се разглежда и през призмата, че нещастие за едни е щастие за други. Имам предвид, че гръцката криза може да представлява нещо положително за България. Т.е. както вече отбелязах, френските дружества през 90-те години и през 2000 г. разглеждаха България през призмата на гръцките инвестиции, така че е възможно да се обърнат нещата и фирмите да разглеждат присъствието си в Гърция

чрез присъствие първо на българска територия. Дори географската близост на България и Гърция също може да бъде от полза за България, за да се привлекат гръцките инвеститори и дори те да стъпят на българския пазар.

- Как оценявате бизнеса средата в България?

- Крупните бизнесмени вече трябва да спрат да се оплакват, да спрем да употребяваме гуми като корупция и други подобни. Да, разбира се, че съществува корупция. Аз съм французин и мога да кажа, че и във Франция има големи бизнесмени, които са придобили имуществото си по спорен начин. И не смятам, че има на какво да научим българите и изобщо да ги учим на нещо в тази сфера. Вярно е, че корупция има на много места, но все пак демокрацията е млада - 20

години са нищо от гледна точка на историята. Има време да се изчистят тези неща. Бизнес средата е такава, че има възможност за инвестиции, климатът за инвестиране в България е

подходящ в момента. От нашите 150 члена никои в момента не се оплаква от работата си в България.

На френски има един израз, който казва, че „тревата винаги е по-зелена при съседа“. На тези, които казват това, бих отговорил: „Отидете във Франция, в САЩ, в Англия, в Германия да видите каква е средата, да изпълнявате обществени поръчки там и ще видите как ще се случат нещата“. Така че, не мога да кажа, че бизнес средата в България е добра, защото думата е твърде силна, но е приемлива. Вярно е, че за един управител на дружество не е лесно да работи, тъй като няма установена структура, няма законова рамка, която да улеснява собствениците на фирми, и той трябва непрекъснато да е тук, за да може да управлява фирмата си. По-скоро манталитетът на някои хора, които работят в българската администрация,

Гръцката криза може да представлява нещо положително за България, да се привлекат гръцките инвеститори и дори те да стъпят на българския пазар

Българските дружества със сигурност могат да завоюват позиции на френския пазар

трябва да се промени. Но това се случва, така или иначе ще стане със смяната на поколенията в администрацията.

Сред френските фирми, които са заинтересовани да стъпят на българския пазар, има много в областта на енергетиката и на инфраструктурата, във високите технологии и

Сред френските фирми, които са заинтересовани да стъпят на българския пазар, има много в областта на енергетиката и на инфраструктурата, във високите технологии и аеронавтиката

аеронавтиката също така. И бъдещите европейски програми, както и бъдещите ремонтни дейности, които ще се извършват в България, биха могли да привлекат точно тези френски предприятия, защото има много работа, която да се свърши.

- Френски фирми проявяват ли интерес да инвестират и в областта на т.нар. зелена енергия?

- Бих посочил инвеститора Solarizeo, една от големите френски компании в областта на слънчевата енергия, тя изгражда в момента фотоволтаичен парк от 2,9 MW в региона на Бургас. Във Франция тя е средна фирма, но за България е едно голямо дружество. Има и друг инвеститор - френската „Веолия“, която заедно със Столична община са съдружници в концесията на „Софийска вода“. Във Франция „Веолия“ се занимава още с инвестиции във възобновяема енергия. „Далкия“ е друга фирма, която действа в сферата на отоплението. Френската инфраструктурна компания „Венци“ (Vinci Construction Grands Projets) преди проучи няколко терена в столицата, където да изгради огромен търговски център.

- Какво могат да очакват българските фирми от френския пазар?

- Това, което те искат, е да намерят френски клиенти за продукцията си, защото Фран-

ция е пазар от 60 млн. потребители гори и в криза. Ние сме свидетели на компетенциите и способностите на българските фирми в областта на компютрите, така че те търсят френски фирми, с които да работят заедно, и на които да кажат: „Заповядайте да работите с нас,

ще ви струва по-малко, а ще получите много добър продукт.“ И това е бъдещето за българските фирми във взаимотношенията им с френските.

Мога да ви дам конкретен пример в сферата на текстила. В тази сфера има много български ателиета, българските контрагенти работят с френски фирми, които изкупуват продукцията и преди да отидат към Азия, първо идват насам. В момента Франция


също е в криза, така че вместо да се поръчат 1000 костюма от един размер, поръчката се намалява и се ушиват 100. За тези 100 костюма вече няма икономическа полза да бъдат поръчани в Азия и така България отново става конкурентна на пазара. Атрактивна от гледна точка на уменията, по отношение на близостта, цената, два пъти на ден има полети до Париж, които не са много скъпи. По отношение на транспорта също България представлява интерес. Цената на производството също така представлява интерес, тъй като сме в ЕС, така че българските дружества със сигурност могат да завоюват позиции на френския пазар.

Крупните бизнесмени вече трябва да спрат да се оплакват, да спрем да употребяваме думи като корупция и други подобни

- Френско-българската търговска камара и тази година ще представи новото „Божоле“. Каква ще е тазгодишната реколта?

- Специфичното за божоле нуво е, че е младо вино. Церемонията е добър пример за българските производители, защото стартово пускане на божоле нуво е маркетингова стратегия. Историята е започнала в една галечна есен, когато реколтата била толкова изобилна и толкова много вино се е произвело, че нямало вече място в избите и бччвите. Тогава производителите се събрали и се попитали: „Някой има ли някаква идея, защото няма къде повече да съхраняваме произведеното вино? И са измислили тази формула. Дори правели коктейли с младото вино, за да стане годно за пиене, защото в повечето случаи е леко кисело. Така че често го гарнирали с парченца банан и груги подправки, за да стане годно за консумация. Но се вижда, че с този похват френските производители са успели и са добили све-

товна известност. Във Франция посрещането на младото вино божоле се разглежда като народно веселие и се прави винаги в третия четвъртък на ноември. Тази

година празникът ще е на 15 ноември, когато всички съдружители на заведения във Франция изнасят по една бччва отпред, нарязват малко саламче и сиренце и всички си поръчват по чаша вино, за да отбележат празника. Всички бизнесмени по целия свят, които имат връзка с Франция, празнуват. Тъй като никой не може да опита преди тази дата младото вино божоле, ще почакаме до 15 ноември, за да видим тазгодишното с какъв вкус ще е. 



Да уцелиш десетката



СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

„Мога да кажа, че познавам добре българския бизнес. Ние се развиваме в област, която не търпи посредствеността, но при вземането на бизнес решения освен всичко останало, никога не ни е напускала интуицията. Много неща могат да се планират, но основна част в това планиране има шестото чувство. И смело мога да кажа, че през тези години сериозни грешки не сме направили.“ Думите са на изпълнителния директор Иван Чолаков. Ръководената от него компания „Оптикс“ АД в Панагюрище е създадена през 1998 г. и е единствена в страната, която разработва и произвежда цялата гама специална оптика за нуждите на армията и полицията: от очила и бинокли за нощно виждане до лазерни системи за контрол и наблюдение. От 2004 г. в Панагюрище работи и джойнт венчър за производство на медицински уреди и системи за ендоскопия с участието на „Оптикс“ и германска фирма.

Иван Чолаков настоява да върне лентата още в началото.

„Трудно може да се намери друга компания, аналог на „Оптикс“ - започнахме от нулата, и то като производствено предприятие, и останахме в сферата на високотехнологични оптико-електронни изделия. За тези 14 години успяхме да направим модерно предприятие в област, в която съществува жестока световна конкуренция. Затова допринесе и нашето разбиране как си поставяме близките задачи и дългосрочните цели и по какъв начин ги осъществяваме.



Иван Чолаков , изпълнителен директор на „Оптикс” -Панагюрище, ще направи първа копка на нов завод до края на тази година. Инвестицията „на зелено” е в размер на 20 млн. лв. Когато бързоразвиваща се Азия втренчи поглед в продуктите ти, тогава разбираш колко силен си всъщност, казва мениджърът в първото си интервю за списание „Икономика”.

производство на ендоскопи „Шоли оптикс” - още 90 души, плюс екипът на няколко търговски фирми в Берлин, Лондон, София и Панагюрище – и така се оказват работодатели общо на около 600 човека.

Мания за инвестиции

„През последните 5 години - от 2007 г. насам, коренно променихме философията си. Край на машините втора употреба, започнахме да купуваме само най-модерното, най-новото, което излиза на пазара в нашата област. За да стигнем до момента, че до месец предстои да направим първа копка на нов завод в Панагюрище, който ще е го стария. След години работа в различни направления сега имаме усещането за разкъсани технологични връзки. Много от времето минава в транспорт, нещата се местят от една сграда, после в друга, трета и тази разпръснатост започва да пречи. Трябва да сме още по-ефективни и конкурентни.” Въпросът, който стои, е не дали,

В началото нашите западни партньори ни помогнаха не само с поръчки за Германия и Англия, но и с оборудване втора ръка. С ТИР-ове сме внасяли от Украйна, Германия, Швейцария, Лихтенщайн, Англия. Първите 10 години заложихме на екстензивно развитие, като трябваше да правим инвестиции и в сгради, и то в момент, когато банките почти не даваха кредити.

Още при създаване на предприятието ни беше ясно, че трябва да имаме собствена физиономия. А едно предприятие като нашето се изгражда от интелектуалния си потенциал. Много прецизно сме развивали не само всеки цех, но и всяко работно място”.

Днес пряко ангажирани в „Оптикс” са над 400 служители, в българо-германското предприятие за

АНТОН ЧАЛЪКОВ



а кога. Инвестицията на „зелено“ е в размер на 8 млн. лв. само за сградния фонд, а за оборудването са предвидени още 12 млн. лв. До 2 години трябва да започне производството в новия завод.

„Самото развитие на фирмата следваше логиката на развитие на пазара. Получавахме едновременно нови задания, проекти, а за това производство ни трябваша нови площадки. Търсехме терени из цялата община. Отначало бързо намерихме една сграда в центъра на Панагюрище, но се оказа трудно, защото повечето терени бяха реституирани. Късметът ни проработи и се свързахме с г-р Райко Чочев - българин патриот, емигрант в Германия, от когото започнахме да купуваме. Той имаше търпението да ни изчака, докато съберем средства да закупим всеки нов парцел, и така развихме нашата производствена база на 25 декара”, обяснява Чолаков.

„За пореден наш изцяло нов проект се наложи да направим база в село Попинци, където закупихме бивши селскостопански постройки. В него започнахме да произвеждаме елементи за автомобилната индустрия. Проектът е малко по-вострани от нашата основна специализация, но е много интересен.

Друг клиент поиска да правим системи за обслужване на метрото - за пропускателния режим, за закупуване на електронни билети и т.н.

Това наложи да купим друга площадка. Инвестирахме много, но нашият клиент не успя да спечели търг в Америка. Този бизнес в момента е замразен, но на същия обект - с този екип и в този цех, развихме цялата си дейност за производство на специална техника”.

Става въпрос за продукти в областта на термовизията и нощното виждане. Този сегмент (термомерници, очила и бинокли за нощно виждане) го развиват до степен, че са без конкуренция. „Когато бързоразвиващата се Азия втренчи поглед в продуктите ти, тогава разбираш колко силен си всъщност”, казва Чолаков.

Да останеш във форма

Компанията предпочита да наема млади хора на работа заради тяхната креативност и енергия. Младостта не е порок, напротив, новозавършилите специалисти могат и да сгрешат, защото са без опит, по-важното е да се поправят бързо и да не грешат втори път за едно и също нещо”, е философията на Иван Чолаков.

Заради инвестициите в развитие на кадрите и тоталното управление на качеството „Оптикс” - Панагюрище печели престижната награда „Босей” (Bosei) на японското правителство. Развиват бизнес на световно



ниво и още в първите години от създаването на фирмата стават базово предприятие за обучение на мениджъри по японски технологии. И в момента продължава практиката да се канят лектори от Страната на изгряващото слънце.

Чолаков признава, че единствената европрограма, в която са могли да бъдат бенефициент, но не са се възползвали от тази възможност, е оперативна програма „Човешки ресурси”. „Искахме да участваме и в нея, но се оказа, че много повече пари щяхме да похарчим, за да подготвим документи за кандидатстване, отколкото да вземем по 90 лв. на човек. Бумашината е наистина голяма, което действа възпиращо. Да не говорим, че



В цеха за механика



чужд лектор по никакъв начин не можеше да го съвместим с тази програма. Прекалено малко средства, прекалено много изисквания и сметките накрая не излизат. И така със собствени средства решихме да проведем обученията.

Преди това по друга програма обучихме 100 човека, но след края на курса само двама останаха при нас. Анализът ни показа, че включването на толкова голямо количество кандидати в обучението означава, че бяха попаднали хора, които определено не са за тази работа. Като първо участие сигурно и методиката ни на обучение не е била много правилна. Въпреки че проекта го направихме не заради самата програма, а за да наберем персонал, ефектът не

беше голям”, реалистично прецениха мениджърът.

Да търсиш пари на подходящите места

За сметка на това са едни от първите, които печелят по програма „Конкурентоспособност”, и то вече няколко пъти.

„Нашето развитие като фирма съвпадна и с развитието на държавата. След старта в началото със собствени средства, после дойде подкрепата от европейските фондове”.

Само преди месец панагюрското дружество "Оптикс" АД спечели мащабен проект по схемата за внедряване на иновации в производството по Оперативна програма "Конкурентоспособност". Проектът е на стойност 3 милиона евро, като безвъзмездната финансова помощ е 50% от сумата. С парите ще бъдат закупени 35 машини и 8 измервателни уреда, с които изцяло ще се модернизира производството на микрооптика – едно от направленията, които произвеждат елементи изключително за медицинската техника.

В края на миналата година "Оптикс" АД модернизира производството си отново с помощта на европейско финансиране, като един от цеховете на компанията беше оборудван с последно поколение машини за оптична обработка и за нанасяне на покрития. С тяхна помощ дружеството стартира разработването и производството на нова гама термовизионни изделия.

Тези проекти правят „Оптикс” - Панагюрще още по-силен играч на международните пазари и на практика са нов етап от развитието на фирмата.

„Програма „Конкурентоспособност” е изключително ефективна,

бих я препоръчал на всички, стига да имат капацитет”, добавя Иван Чолаков.

Фирмата има голям опит в усвояване на средства още от предприемителни фондове, както и многобройни участия в обществени поръчки за армията и МВР.

„Да, нашата работна сила е евтина, но това не означава, че трябва да я пилеем. И това е най-голямата грешка на България, разсъждава той, и на голяма част от нашите мениджъри. Трябва да направим по-скъпа тази работна ръка.

България има невероятния шанс да тръгне с много бързи стъпки в развитието си и не разбирам защо не го прави. Европа е малко стресната от кризата, разбира, че и трудно ще се конкурира с Азия в производството. И предприемачите започнаха да се оглеждат да изнесат производството си в Европа. Това, че имаме най-евтината работна ръка е шанс, и не трябва да говорим за безработица в България. Конюнктурата се променя в наша полза. Трябва да намерим начин и да докараме тук много европейски инвеститори, а след 5 години ще говорим за вече друг стандарт”, разпалено обяснява Чолаков.

„А вие може ли да говорите с такъв инвеститор и да го докарате тук, у нас?”, контрирам.

„Правя го непрекъснато и дори съм го направил. От 2004 г. в Панагюрще работи и джойнт венчър за производство на медицински уреди и системи за ендоскопия с участието на "Оптикс" и германска фирма. За таква производство винаги съм мечтал”, казва мениджърът.

Да Винчи срещу Айнщайн

У нас, в Плевен, много успешно работи медицинският



робот „Да Винчи“, който вече е направил стотици операции в онкохирургията. Този модел има възрадена ендоскопска техника, която е дело на германските партньори на „Оптикс“.

От гогодина обаче ще ги правят вече тук, в България. Сега на дневен ред излиза модел „Айнщайн“, който е с по-малко електроника и повече ръчни умения, за него ендоскопите ще ги правят в Панагюрище в българо-германската фирма „Шоли Оптикс“. В момента се правят медицинските тестове и се очаква серийното производство да започне след броени месеци.

Сериозните средства по програма „Конкурентностпоспособност“ ще се вляят за развитие на микрооптиката. А това направление е стратегическо за фирмата. Компанията смята да развива нови изделия, включително и за летателната техника, не е достигнат и максимумът в ловния бизнес.

Охранителният бизнес по света се развива много мощно и този тренд ще продължи и в следващите десетилетия по понятни причини - Шенген, мобилно наблюдение на границите, военните мисии по света.

Участието в международни изложения като Eurosatory страшно им помага, защото фирмата отдавна е осъзнала, че не е достатъчно да продаваш в тези страни, трябва да те виждат на специализираните форуми. Съдбата отново се усмих-

Интегрираните системи за наблюдение са ниша, в която компанията е лидер



нала на компанията, след контакт от изложението буквално в последната минута.

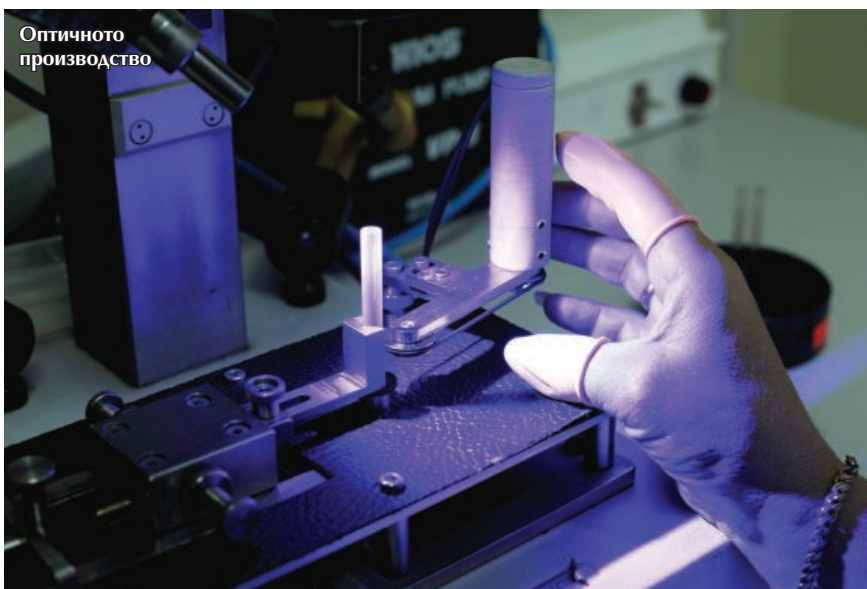
Били в Мюнхен, форумът вървял към своя край, както се казва „гори си били вече събрали багажа“ и влетели партньорите. Поговорили си, видели, че те са точните хора, но партньорите им не повярвали, че от раз са намерили хората, с които да работят. Казали им, че ще направят проучване в Източна Европа и тогава ще продължат разговора. „Където и да ходите, пак при нас ще гойдете“, казал им на изпроводяк Чолаков. Така и станало. След 3 месеца гоговорът за българо-германското предприятие бил факт, а след 9 месеца то работело.

Ето такива шансове не бива да се изпускат.

Разместване на столовете

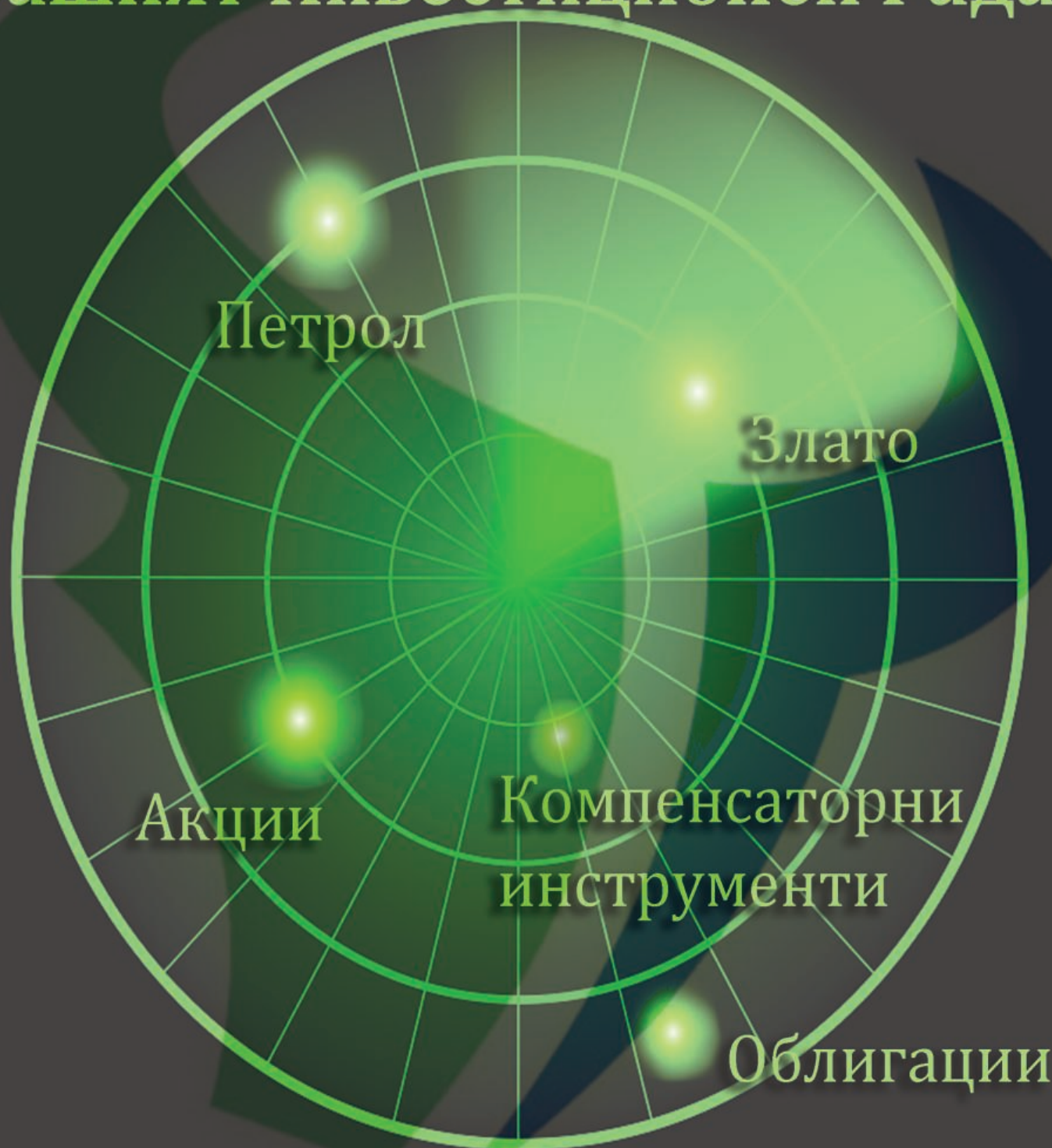
Между другото оптичното производство е много интересно, разказва Чолаков. Изисква да поддържа постоянна температура от 22 градуса, нонстоп през цялата година, чисто е, сякаш е операциона. Комфортно е, служителите се чувстват добре. Модерното предприятие изглежда много различно отвътре - не само е спокойно и притегателно място за работа, но служителите се радват на корпоративен фитнес, от своя персонал фирмата е сформирала и футболен тим за аматьори. Който го влече, може да играе и таекуон-до.

През малкото свободно време Иван Чолаков обича да ходи на лов. Няма как да произвеждаш нещо и да не знаеш как действа, пък и така има информация от първа ръка от авджиите. Новата му страст обаче е ездата и участието в конни състезания. С конете попада в съвсем друг емоционален свят и това го прави по-работоспособен и ефективен. На 20 минути от София, заедно с приятели от клуба по езда „Конкур“, са направили една от най-добрите конни бази у нас - НИЕСА, а любимият му кон се казва Арканзас. През зимата пък вдига адреналина със сноуборд. 🏂



Оптичното производство

Вашият Инвестиционен Радар



Централен офис:
ИП "Бул Тренд Брокеридж"
Централен Офис:
Телефон: +359 2 815 56 60;
Факс: +359 2 815 56 65
Адрес: София 1000,
ул. Златен рог №12, офис 2
E-mail: bulltrend@bulltrend-bg.com
Web: www.bulltrend-bg.com

Инвестиционен посредник Бул Тренд Брокеридж ООД е създаден през 1997 година и е един от първите лицензирани инвестиционни посредници в България. Ние управляваме активи и консултираме широк кръг от клиенти. Привърженици сме на дългосрочните стратегии, но не пропускаме и краткосрочните възможности, които пазарите ни предоставят. Нашите коментари и анализи са широко отразени в медийното пространство. Компанията притежава лиценз за извършване на дейност като инвестиционен посредник в рамките на Европейския съюз.

Ваканционни неволи

КРАСИМИРА МИНКОВА

В последната година зачестиха случаите на фалити на туроператори. Банкрутите на фирми от туристическия сектор, опериращи на руския пазар, засегнаха българските им партньори и доказаха, че опасенията на бизнеса за повторение на кризата с руските туристи преди една година никак не са безпочвени.

През лято 2012 стотици руснаци, дошли да прекарат лятната си почивка в България, бяха сюрпризирани с новината, че трябва повторно да платят за ваканциите си, както и че има голяма вероятност да имат проблеми с отпътуването си от страната ни, каквото се случи с други чужденци в края на лятото на 2011 г.

Фалитът на туроператори не е необичайно явление по света, особено в последните няколко години. Браншът и в България, и в чужбина даже очаква още банкрути в условията на криза, намалено потребление на туристически продукти и силна конкуренция, която понякога води до работа с много

нисък марж на печалбата.

В тази ситуация обаче, въпреки че има ясни правила, държавата остави хотелиерите да действат както намерят за добре и да се спасяват поединично от сигурни загуби, в много случаи - за сметка на българския имидж на руския туристически пазар.

Десетки хотели притиснаха руските си гости, искайки им пари, имаше и реална заплаха хората да не могат да се приберат по домовете си, при условие че отговорност за тях носи изпращащата държава - в случая Русия.

В неловката ситуация българската държава не се държеше адекватно и не само че не помогна на чуждите граждани, но и не изиска от руската страна да поеме своята отговорност в името или на братската гружба, или на нещо друго. Заради това обаче много хотели, туроператорски фирми и авиокомпани вероятно ще изгубят финансов ресурс, което също може да ги доведе до фалит.

Също така на много руснаци им е останал достатъчно горчив

Дежа вю с фалитите на туроператорски фирми - държавата отказа да заеме позиция и остави хотелиерите да се оправят сами



фото ЕМОНА ЦОНЧЕВА

Миналата година „Алма тур“ прекрати дейността си и отмени планираните почивки на хиляди туристи



Честите случаи с неплатежоспособни туристически фирми трупат черни точки върху и без това разклатения имидж на родния туризъм

привкус от българската им ваканция, за да изберат да не се върнат у нас никога повече. А Русия все пак е основният и най-голям туристически пазар на България.

Дежавю

Миналата година „Алма тур“ обяви, че временно прекратява дейността си заради финансови проблеми и отмени планираните почивки на хиляди българи. По същото време стотици клиенти на фирмата, главно руснаци, останаха блокирани на летищата във Варна и Бургас, след като авиокомпанията „България Еър“ отказа да извърши договорените с „Алма тур“ чартьри от България до Русия и скандинавските държави заради дълг от 7 млн. лева.

През октомври 2011 г. дъщерната компания на „Алма тур“ - „Алма тур флай“, внесе молба за обявяване на несъстоятелност. По същото време основният кредитор на „Алма тур“ - Централната кооперативна банка (ЦКБ), поиска несъстоятелност за компанията майка.

В края на август т. г. „Българскиан Вип Турс“ обяви, че прекратява дейността си заради финансови затруднения, предизвикани от фалита на руския му партньор „Капитал Тур“ и натрупани задължения от руската фирма в размер на около 2 млн. евро.

По-късно заради фалита на руския си туроператор „Чери Тур“ стотици туристи бяха поставени в неудобната ситуация да търсят спешно пари, за да платят втори път за почивката си у нас, защото такава е руската практика – туристът плаща, а после парите му се възстановяват в родината му.

Кой носи отговорност

Отговорността в една така-

ва ситуация обикновено се носи и от изпращащата държава – в случая Русия, и от държавата домакин - България. Според българското и европейското законодателство на българска територия посрещаният туроператор носи пълната отговорност за своите контрагенти чрез сключената застрахователна полица. Това означава, че България, въпреки че е потърпевша страна, е длъжна да защити икономическите интереси на всички туристи, пребиваващи на наша територия.

Заради казуса „Алма тур“ миналата година се стигна до завишаване на прага на застраховката за отговорност на туроператорите. Прокуратурата обаче още не е излязла с решение за това кой е виновен за изоставените по летищата туристи, въпреки че измина една година от случая.

Русия е тежък партньор за работа в сферата на туризма, защото прилага по-различни практики и политики при застраховането на туристите. Европейските държави са основали гаранционни фондове, които се задействат автоматично в случай на фалит на туроператорски фирми. Това беше причината миналата година финландска група клиенти на „Алма тур“ да отлетят безпроблемно от страната ни.

В Русия обаче туристите първо трябва да намерят пари, с които да си платят почивката още веднъж, а впоследствие парите се търсят от застрахователите.

Вместо да се пристъпи към основаване на такъв гаранционен фонд, в Русия беше предложено да се въведат нови санкции за фалирала туроператори и ръководителите им да бъдат лишени от правото да упражняват подобна дейност за няколко години. Така

според руската агенция по туризма щяла да се увеличи отговорността на ръководството на фирмите и да се намали вероятността от фалити.


Липсващата поука

Вместо да се стига до директни сблъсъци между хотелиери и туристи, българската държава можеше да заеме ясна позиция и при двата случая – корпоративният конфликт между „Алма тур“ и „България Еър“ и тазгодишните банкротни.

В случая с „Чери тур“ например управителят на българската фирма - партньор на руската, дори призна, че е знаела за банкрута, но въпреки това туристите, дошли в България чрез компанията, не са били предупредени. Оказва се, че дори е била създадена специална организация и някои хотели са направили „специални намаления“ на руските туристи, пристигнали с посредничеството на фалиралата авиокомпания и принудени да плащат повторно.

Вместо министри и зам.-министри да спасяват сезона година за година, време е държавата ни да уреди въпроса за това кой плаща сметката. Като пример може да ни послужи политиката на Полша, която предвижда няколко защити в случай на фалит на туроператорска фирма - застраховка при обявена неплатежоспособност, неотменима банкова гаранция или действаш гаранционен фонд, който да плати щетите.

Вместо това хотелиерите сами предприемат извънредни мерки в работата си с руски и изобщо съмнителни партньори, за да се защитят от бъдещи загуби, или се самоуспокояват, че вече е краят на летния сезон и до следващото лято руските туристи ще са забравили за кошмарната им ваканция.

Тази политика обаче е погрешна. Зимните курорти също разчитат в голяма степен на руския пазар, за да си осигурят достатъчно клиенти. Да не говорим, че руснаците са основните купувачи на ваканционни имоти на българския пазар. Туристическите спорове „на гребно“ водят само до едно – трупане на още черни точки върху имиджа на и без това силно разклатения български туризъм. 

Силата на прилива и отлива

Пламен Юруков е предприемач и политик. Възпитаник е на Девета френска езикова гимназия „Алфонс дьо Ламартин“. През 1990 г. завършва философия в СУ „Св. Климент Охридски“ и още през същата година се заема с бизнес. През 1997 г. създава елитната марка „Спетема кафе“. През 2004 г. открива модерна фабрика за кафе, а през 2008 г. отваря и фабриката за ядки „Вени“.

От 1998 г. издава списание „Философски форум“. През 2007 г. става председател на СДС, а в началото на 2009 г. се оттегля от поста, след което основава и оглавява Института за модерен консерватизъм. През февруари 2011 г. се учредява партия ВОТ - Консерватори, а той става неин председател. Основните цели на партията са: реформа в модела на управление в България, защита силата на индивида над властта на държавата и решаване на институционалните проблеми.

Юруков е завършил MBA програма в престижния университет Thunderbird School of Global Management. Носител е на четвърти дан по айкидо и е президент на Българската айкидо федерация.

България страда от липсата на модел за икономически растеж, а никой не го търси, казва Пламен Юруков

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

България се превърна в страна, която повече внася, отколкото изнася. От това следва дефицит по текущата сметка, който се запълва или с преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ), или със заем. До 2008 г. ПЧИ бяха основно в строителството и недвижимите имоти и когато финансовата криза през септември 2008 г. ги изпари, се появиха предпоставки за намаляването на парите в обращение. Анализаторите от световните агенции предупреждаваха, че през 2009 г. липсата на пари в обращение ще стане основният проблем на българската икономика. Това нанесе директен удар върху потреблението и търсенето. За съжаление 2009-а се оказа изборна година и управляващи и опозиция се занимаваха само с изборите. Пропуснат бе моментът да се вземе евтин заем.

Дефицит по текущата сметка се запълва по два начина: с ПЧИ и със заем. Първият начин е бавен процес, още повече че свободни капитали в момента имат руски и азиатски фирми. Ние имаме и трети начин – еврофондовете. Но и при тях степента на усвояване е комично ниска. Всичко това принуди хората да свият разходите си, оборотите на фирмите паднаха и те трябваше да съкращават разходи. Започна уволнение на работници и служители. В резултат на това потреблението спадна още повече. По спиралата наголу тези хора отиват на борсата и се харчат бюджетни пари за обез-

цетения. У онези, които запазиха работното си място, се породиха опасения, че те са следващите, и това ги накара да пестят. Но има минимум на съкращения, под който повече не може да се слезе. Това принуди компаниите да вдигнат цени и се стигна до свиване на производството и до поскъпване, т. е. влязохме в стагфлация (стагнация плюс инфлация). От тази ситуация се излиза много трудно.

Когато цените растат

гоходите също трябва да се увеличават, но въпросът е откъде да дойдат тези средства. Икономиката се нуждае от живи пари. Финансови ресурси освен от еврофондовете може да привлечем от Русия и Азия. На правителствено ниво трябва да се погншат споразумения с държави, които да насърчат своите фирми да инвестират у нас.

АВТОРЪТ



Хвалим се с това, че публичният дълг на страната е малък, но в същото време липсата на бизнес, на поръчки и на приходи за фирмите е спирачка за икономиката ни. Частният дълг е много голям и добавен към държавния, стига до около 90% от БВП. В Румъния например този общ сбор е едва 40%. В нашата страна обаче не се говори за това. Твърди се, че има някакъв растеж, но той е от увеличените данъчни приходи след нарастването на цените.

Една от заблудите е, че през последните години износьт нараства, но ако погледнем структурата на експорта, ще видим, че над 50% е суровини, а ние не сме страна, която е голям производител на суровини. Жестоката истина е, че

жагните за кеш

български фирми разпродават на загуба суровини, активи и стоки само и само да се доберат до финансови средства. Голяма част

от износа е просто разпродажба, а това е твърде лош показател.

Основният проблем на България в последните години е икономически. Недопустимо е семейство, в което работят и гвамата, едва да успява да плати месечните разходи. Трябва да намерим решение, но то, първо, не се търси, второ, дори не се дискутира. Говори се за високи технологии, инкубатори, технологични центрове – празни приказки за запълване на политическото говорене. Икономическият растеж не се постига чрез идеологии или икономически теории, а е въпрос на поведение на хората и фирмите и там трябва да се търси разковничето. Една икономика не може да успее без три важни предпоставки: политическа стабилност; доверие между икономическите субекти и доверие към системата – изпълнителната власт, администрацията, правосъдието, вътрешния рег; производствено поведение – парите да идват от създаването на конку-

рентни стоки и услуги, а не от подкупи, задкулисна договореност или от близост с политическата власт. Когато енергията и умът на предприемачите е зает повече с това да се излъже системата, тогава конкурентоспособността остава на заден план.

Всяка икономика на определен етап си има своите предизвикателства. Когато през 2008 г. се очерта силуетът на кризата,

настъпни паника

и всички се питаха какво ще се случи. Тогава френският финансист Жак Атали каза: „Просто ще се върнем 10 години назад, преди 10 години във Франция не живеяхме чак толкова зле.“ В България обаче проблемът е много по-дълбок, защото гори и при икономически подем в Европа и САЩ въпросът за бъдещето на нашата икономика би стоял с цялата си острота.

Един японски модел за оценка използва метафората на прилива и отлива. Когато водата в морето е високо, не се вижда какво има под повърхността. Когато тя се оттегли, се показват подводните скали. На ниво фирма водата са стоковете наличности, а скалите - проблемите в организацията. На ниво публично управление водата беше строителният бум, а скалите - лошо структурираната ни икономика. Още през 2005-2006 г. Пламен Орешарски предупреждаваше, че

българската икономика не е добре структурирана

и че дефицитът по текущата сметка е проблем, но не бе чут. Строяха се хотели и апартаменти и се чакаше голямото богатство да се изсипе направо от бетоните възли в сметките на строителните фирми.

В България има няколко куриоза. Първият е, че добре подготвените ни академични икономисти, които преподават в университетите,

както и в различните икономически институти, не участват в дебата за бъдещето на икономиката. Вторият е, че председателят на Икономическата комисия в парламента критикува правителството за неговата икономическа политика. Това поставя два въпроса: защо в условията на икономическа криза ГЕРБ се отказва от най-важната парламентарна комисия, а онзи, който я оглави, дали изобщо си е дал сметка какъв ангажимент е поел и какво прави там.

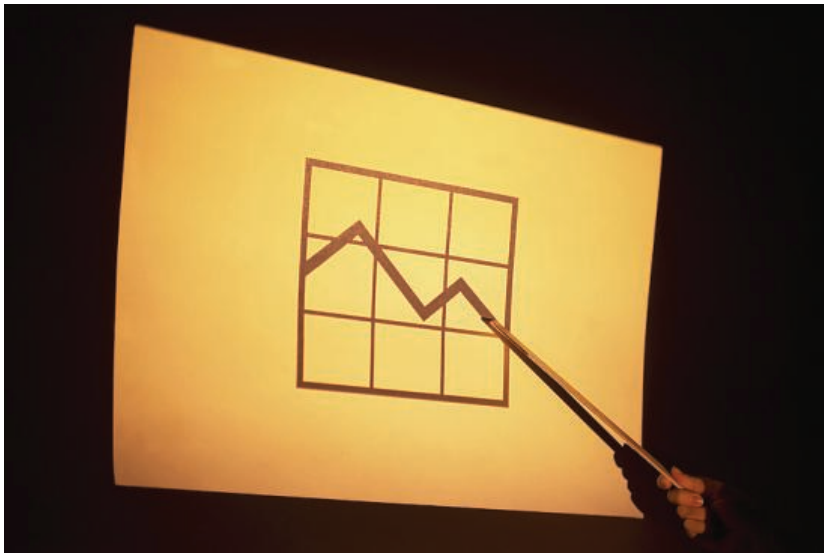
Първото клише на всеки политик е за реформа на здравеопазването и образованието. Естествено се стига само до това говорене. Но докато връзката между здравеопазване и икономически растеж е косвена, то между образованието и икономическия просперитет е пряка. Една икономика не може да успее, ако няма образовани хора, които да създават конкурентни продукти и услуги.

Азиатските тигри

са добър пример за нас, тъй като от малки и бедни страни се превръщат в преуспяващи икономики. България трудно би повторила примера на Китай, Индия или Бразилия. Те задържат за известно време цената на труда, а спестените пари се инвестират в инфраструктура и образование. Това прави тяхната индустрия конкурентна и гъвкава. В момента, когато Китай излиза на сцената като експортна сила, „бързите малки“ са първите, които прехвърлят своя бизнес там и превръщат заплахата от изместването им като износители в свое предимство.

Икономически растеж означава всяко следващо поколение да живее по-добре от предишното, или

на период от 5-10 години да достигнем по-висок стандарт, отколкото сме имали преди това. През 2008 г. заради икономическата криза германският експорт намалал и там започнаха прения дали да не сменят бизнес модела, като за сметка на намаления експорт да засилят вътрешното потребление. Но тази идея, макар и приета от някои икономисти, беше отхвърлена от политиките. У нас подобни въпроси са въвн от дневния ред,



оставаме се на течението

Политиката стига до ниво партии, сега вълненията са около това кой ще влезе в следващия парламент, а проблемите, свързани с икономиката и напредъка, остават извън обсега на внимание.

За малките партии се говори с пренебрежение. Но една малка партия може да предлага значими идеи, още повече че у нас има голям дефицит на добри идеи, както за икономическото ни развитие, така и за управлението като цяло. Видя се, че големите партии са много разнородни и натиснати от текущите проблеми на деня, нямат време дори да обсъждат същностните реформи, от които имаме нужда, за да спрем да се въртим в кръг. Решението го виждам в това - малки партии да започнат дебата по същностни проблеми. Но за да може тези идеи да бъдат чути и приложени, е нужна нова политиче-

ска култура и съвсем ново политическо поведение. В България политиката се свежда до личностни нападки, занимаваме се с хората, а проблемът не се разделя от човека. И когато той ескалира, решенията се вземат набързо и задулисно, под натиска на фактора време.

Какво да правим

с издъхващата българска индустрия, това е най-важният въпрос. Отговорът не може да се намери лесно, още повече че процесът не зависи само от онзи, който е на власт. Това обикновено продължава по-дълго от мандата на едно правителство. Но икономисти, политици, анализатори и журналисти не се занимават с това. Според нас като модерни консерватори има два основни проблема: първо, че институциите не работят

добре, второ, липсва модел за икономически растеж. Зле работещите институции раждат недоверие към системата, което неминуемо рефлектира върху икономиката. Политическата система пък е така организирана, че най-добре подготвените не могат да отидат напред, защото стават заплахата за лидера.

В България има дефицит на политически идеи и затова надмощие вземат PR-ите, а тяхната работа е да „произвеждат“ знаменитости. Хората не гласуват за този, който ще свърши работа, залагат на известност. Но ако си болен, ще отидеш при лекар, а не при именит фолк изпълнител. Хората, които избираме, трябва да са в състояние да осъществят всичко онова, заради което сме ги предпочели за определен пост. Затова трябва да се научим да разпознаваме кой може да управлява и кой разчита само на популярността си.

MOST FINANCE



Управление на вземания

гр.София, България
бул. "Симняково" 23, ет. 6
е-mail: mostfinance@mostfinance.eu
тел: 02/9600123
факс: 02/9600124

Проф. Камен Веселинов е председател на Патентното ведомство от 25 май 2011 г. Роден през 1946 г. Завършил е Технологичния университет в Дрезден, където през 1975 г. става доктор на инженерните науки. От дипломирането си е преподавател в Техническия университет (ТУ) в София. От 1992 до 2000 г. е бил декан на Факултета за германско инженерно обучение и промишлен мениджмънт, преподавал е в университети в Германия. През 2003-2004 г. е зам.-министър на образованието. От 2005 г. до 2011 г. е бил ректор на ТУ - София. Член е на УС на Европейското патентно ведомство.



Първо трябва икономика, после изобретения

СВЕТЛАНА ЖЕЛЕВА

- Проф. Веселинов, липсва ли Ви Техническият университет?

- Не, защото продължавам да преподавам в университета и не съм се откъснал от него. Освен това има един голям проект, който е свързан с неговото бъдещо развитие. Наскоро към мен се обър-

на една германска фирма, която се колебае къде да инвестира - в България, Сърбия или Румъния, и по този повод съм помолил за срещи с Министерството на икономиката (МИЕТ). Но преди това им показах какво имаме в ТУ - София, те бяха изключително впечатлени и казаха: „Ако бяхме дошли първо в България, нямаше да ходим в другите стра-

ни”. За тях мога да кажа само, че искат да правят завод у нас, става въпрос за инвестиция между 50 и 100 млн. евро.

- Издайте още подробности за този бизнес проект?

- Фирмата произвежда вентилационни и климатични инсталации за автомобилни купета за всички големи марки. Инвеститорът е

Патентното ведомство може да се издържа само от такси, ако се промени схемата на финансиране, казва председателят на институцията проф. Камен Веселинов



германска фирма, има заводи освен в тяхната страна още в САЩ и Азия. Това ще бъде инвестиция „на зелено“, свързана с предстоящото разширяване на работата им. МИЕТ им осигурява терен, но те искат да знаят на какво още могат да разчитат - персонал, подготовка на кадрите, намеренията им са дори част от отдела за научно-развойна дейност да преместят тук.

- Оптимист ли сте за бъдещето на електромобилите, много изяви имат и студентите от Технически ВУЗ в това направление?

- По скоро съм умерен ентузиаст за всичко случващо се. Електромобилите не могат да бъдат конку-

ренция на сегашните автомобили, с изключение на градското каране. В града замърсяването може да намалее в резултат на тяхното използване, но не изобщо замърсяването на околната среда. За батериите им също трябва да се помисли как да се рециклират. Не може да се очаква скоро светът да премине към тотално обновяване на автопарка с тях. Електромобилите са за богати хора. Така е и със „зелената“ енергия, богати страни могат да си я позволят.

- От една година сте председател на Патентното ведомство, какво промените в него?

- Видима сериозна промяна няма, защото промените искат време и пари. А промените, които трябва да се направят, са много сериозни. Те са в два аспекта. Единият – техническа осигуреност на институцията, а вторият - персоналът. Служителите са близо до моята възраст, което не е добре. Трябва повече млади хора да работят тук. А е много трудно те да бъдат привлечени, защото заплатите, които предлагаме, предизвикват в повечето случаи презрителни усмивки. За справка - Европейското патентно ведомство, което има персонал около 7 хил. души, осигурява възнаграждения от 5 хил. до 12 хил. евро. Отделно изискванията им към техните служители са много високи: те трябва да имат професионална квалификация в инженерна или природо-научна специалност, защото изобретенията обикновено идват от тези две сфери, и да говорят перфектно 3 езика - английски, френски и немски. Знаете, това са официалните езици на ЕС, и са официални езици и на Европейското патентно ведомство. Те трябва да работещите не толкова за комуникация между тях, а защото заявките за изобретения идват на тези три езика, които трябва да бъдат обработени. Изпитите за започване работа при тях продължават няколко дни. Разбира се, при нас не се осмеляваме да имаме такива изисквания, но поне е необходимо експертът да говори английски език, за да може да ползва международната база.

- Колко е средната работна заплата в българското Патентно ведомство?

- У нас един началник на отдел взема до 1000 лв. Същата категория служители в Европейското патентно ведомство вземат между 8-12 хил. евро. За да вдигнем заплатите, трябва промяна на цялата нормативна уредба, свързана със Закона за патентите, а начинът на финансиране на ведомството трябва да е ориентиран към резултатите. В момента институцията е дори второстепенен разпоредител на бюджета. Принципият въпрос е, че не се финансира така институция като нашата. Тя прави услуги на гражданите и взема такси, които трябва да са разходно ориентирани. И Европейското патентно ведомство работи по този модел. Ведомството се издържа единствено от такси, които оформят бюджет от 1 млрд. евро годишно. Освен това те имат собствен пенсионен фонд, за който на всеки 3 месеца мениджмънтът му се събира и идва одиторска фирма, която докладва за управлението на 4 млрд. евро средства на този фонд. Това е калибърът на Европейското патентно ведомство, за което толкова малко се знае у нас.

- А не е ли раздут щатът на Европейското патентно ведомство?

- Не, защото заявките им са много - 240 хиляди. Докато ние имаме годишно около 240 заявки. Те имат щат 7 хил. служители, ние – 100 човека. Щатът за нас е малък за сегашната работа, но няма нужда от увеличение в пъти. Покоро проблемът е, че изискванията към квалификацията са високи, а заплатите са катастрофално ниски. Така че нашето ведомство трябва да мине на този начин на финансиране - от такси. А не таксите да се прибират от гържавата и после на ведомството да се дава субсидия, каквато прецени финансовото министерство. С този начин на работа няма да се развият нещата. Или ще се развият в негативна посока.

- Има ли разбиране от съответните лица по този въпрос?

- Не мога да кажа, опитвам се да се срещна с икономическия министър Делян Добрев по този въпрос. И чакам да ме приеме. Все още не съм говорил с него. Бях запознал предишния министър с виждането си, но го смених, т.е. върнаха ме на изходни позиции. Наясно съм, че ще трябва промени в Закона за патентите. Моето предложение е не всички такси да остават в полза на Патентното ведомство. Ние събираме между 10-12 млн. лв. годишно от такси, а получаваме като средства малко под 3 млн. лв. Ако получим всички такси като приходи, ще се „задавим“, т.е. не можем да ги усвоим. Това не е правилният път, всичко да остава за ведомството. Дейността ни е свързана и с други институции, свързани със защита на патента. Въпрос на преценка е какъв процент от приходите от такси ще остават за Патентното ведомство. Моето предложение е между 30% и 40% да остават за институцията, а останалите да отиват в бюджета. 30 на сто прави около 3.5 млн. лв. годишно, което ще е глътка въздух за институцията, а 40 на сто - близо 5 млн. лв., с което ще се даде възможност и за развитие.

- А промените в техническата страна какви ще са?

- Патентното ведомство работи с информация, която се съхранява в сървъри, които са от 90-те години на ХХ век. Скоро едиг от тези компютри даде дефект, трябваше да избираме – или да се купят нови дискове за 1000 лв., или нов компютър, който струва 1200 лв. Избрахме нов компютър. Преди това извикахме фирма за ремонта и младежите много се удивляваха на старите ни компютри, защото сървърите им са от времето, когато те са били деца или не са били родени. Разказвам това, за да подчертая, че от години на Патентното ведомство не са давани средства за капиталови разходи. Преписката за тези 1000 лв. ми отне повече от месец ходене по институциите да ми разрешат този разход и то не да ми осигурят парите, а да прехвърля средства от едно перо в друго.

Добре, че повредата не беше в най-важната база данни, а в сектор „Дизайн“, където работата е по-малко, тъй като се наложи да спрем работа. Очевидно е, че цялата наша техника трябва да се подмени. Това е само едната част на техническата обезпеченост.

Другата е програмното осигуряване. То също е от 90-те години на миналия век и работим с операционна система DOS, т.е. трябва ни ново програмно осигуряване. Но не можем да си го осигурим, защото само лицензите ни струват 100 хил. лв.

- Какъв изход има?

- Намерих ново програмно осигуряване за милиони левове, които ще ни оставят безплатно от Женева, където са Асамблеите на страните членки на Световната организация за интелектуална собственост (СОИС). Те имат такава практика и вече е правено за други страни. Но за инсталирането му също трябва не малко разходи. За целта направихме проект по оперативна програма „Административен капацитет“ за 500 хил. лв., надявам се да го спечелим.

- Бизнесът у нас се оплаква, че таксите на Патентното ведомство са високи. Така ли е?

- Това са старите виждания у нас, те идват най-често от научните среди. По света патент не се прави за престиж, а да получиш изключителните права, защото искаш да правиш пари от него. Патентът е нещо, което дава пари. Вярно е, че се плаща, за да получиш защитата му - у нас това струва около 500 лв., в Европейското патентно ведомство - 10 пъти повече. Даваш пари, но очакваш да получиш хиляди и милиони левове от изобретението.

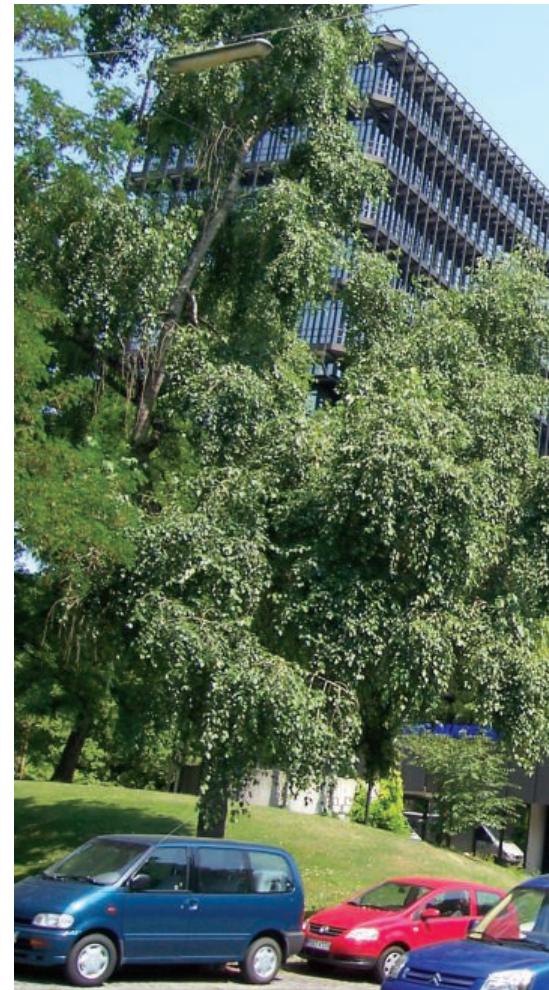
Вярно, че поддръжката на патента също струва пари - започва се с около 150 лв. и стига докъм 1500 – 1700 лв. на двадесетата година. На българина може да му изглежда скъпо, но той не е длъжен да патентова. Патентоваш, ако ще излязат пари, ако това е „златна мина“, ако си осигурил производството му. Ако не, по-добре направи публикация. Трябва да се промени това мислене, особено

у нашите потенциални изобретатели. Те трябва да мислят икономически.

- Къде сме по патенти?

- Относително ниско е нивото у нас. Но ние не сме изключение, на тези позиции са и голяма част от новоприсъединилите се страни в ЕС, в това число страни и като Гърция или като Сърбия например. У нас се казва: „Трябва да се правят много изобретения, за да тръгне голямо производство и България да стане богата.“ Но е точно обратното. Трябва икономика, която да засмуква изобретенията, да има пазар и търсене, за да има кой да разработва. Тогава се появяват патентите и заявителите. Европейското патентно ведомство дори дава награда за най-голяма заявителска активност.

- Това означава ли, че изчезна самотният изобретател за сметка на корпорацията, голямата фирма, в която работят екип от изследователи?



- Да, така е, заявките и работките идват от големите фирми, които притежават всички права върху изобретението. У нас няма голям наплив за патентоване. Заявките, които идват от Европа за защита на патенти в България, са 6-7 пъти повече. Това все пак е добре, защото те все пак се притесняват, че тук, у нас, може това изделие да се изобрети.

Патентното ведомство не преценява дали изобретението има научна стойност, важното е да го няма досега и да може да бъде произведено. Има изобретения – напр. вентилиране на тоалетната чиния, но досега не съм забелязал да се продават такива. У нас отказахме регистрацията му, защото вече го има в Япония. Има и изобретения някои странни неща - като например механизирана система за пълнене на фунийки със сладолед. Има всякакви изобретения, важното е да могат да се произведат.

- Колко време отнема издаването на един патент у нас - от постъпване на заявката до одобрението ѝ?

- Стандартният срок за издаване е 3 години - от заявката през публикацията до изчакването някой да оспори и да каже: „Ама аз вече съм го измислил“. Ако всичко върви гладко, за 3 години се получава патент. Има случаи, когато този срок скача на 2х3 или 3х3 години. И то не само у нас, но и в други страни се проточват нещата, ако има спорове за патента.

- Как се преценява къде да се регистрира изобретението?

- Това е много важен момент. Заявителят преценява къде иска защитата. Патентът винаги е локален. Ако се направи у нас, то всеки извън България може да го произвежда. Има процедура от Европейското патентно ведомство, при която се посочва в кои страни патентът е под защита. След като вземе решение, то го свеж-

да до знанието на националните институции за валидиране. Тогава изобретателят плаща във всички страни, където важи патентът му. Затова сега има стремеж да се създаде единен европейски патент. Но решението на този въпрос се забави заради разногласия къде да бъде седалището на съда, който ще се произнася по спорните случаи.

- Повече проблеми ли създава регистрацията на марките?


- Дейността тук е много по-голяма, отколкото при патентите и се администрира от ведомството за хармонизация на вътрешния пазар (ОНИМ) в гр. Аликанте, Испания. То е по-малко от Европейското патентно ведомство и е организация на ЕС. Институцията се издържа също от такси. Но в техния статут е записано, че ако размера на таксите не стигне, могат да се субсидират и от бюджета на ЕК.

При марките се въртят повече номера и нарушенията са много по-чести. Има недобросъвестност при регистрирането на търговските марки. Например регистрират се повторно вече съществуващи и известни в определен бизнес сектор марки у нас и това често създава трудности, докато се разберат кой гържи правата в България. Но това се прави не само у нас, а и навсякъде по света.

- През октомври имате юбилей, какво предстои?

- От 10 години България е член на Европейското патентно ведомство. Тържествата по този повод ще са през октомври, като наш гост ще е председателят на Европейското патентно ведомство Беноа Батистели. Всяка година престижната европейска институция връчва награди за изобретатели. През юни в Копенхаген за седма поредна година се проведе церемонията по връчване на наградите „Европейски изобретател на годината“.

В България също въвеждаме отличие „Изобретател на годината“ в три категории. Събитието ще е на 18 октомври в София.



В Европейското патентно ведомство таксите са 10 пъти по-високи, отколкото в България. Но патентът носи пари, казва проф. Веселинов

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

- **Знаете ли какво е малко и черно чука на вратата?**
- **Голямото светло бъдеще...**

Този анекдот се разказва сред енергийните експерти в България. Те постепенно се дистанцираха от темата за втора атомна, след като се убедиха, че никои вече не ги чува, а управляващите продължават да вземат решенията за бъдещето на българската енергетика така, сякаш искат да хванат черна котка в тъмна стая.

За широката публика действието се развива като в нескончаем турски сериал – има много ефектни реплики и неочаквани обрати. Зрителите ту се смеят на фрази като „Не се плашим от руснаците, ако трябва, пак ще ги пляскаме“, ту плачат, като получат новите сметки за ток. Сцената е пълна със статисти – едните са храненици на гържавната ясла, а другите имат договори с компаниите, които са печелили поръчки в тази мегапрокуция.

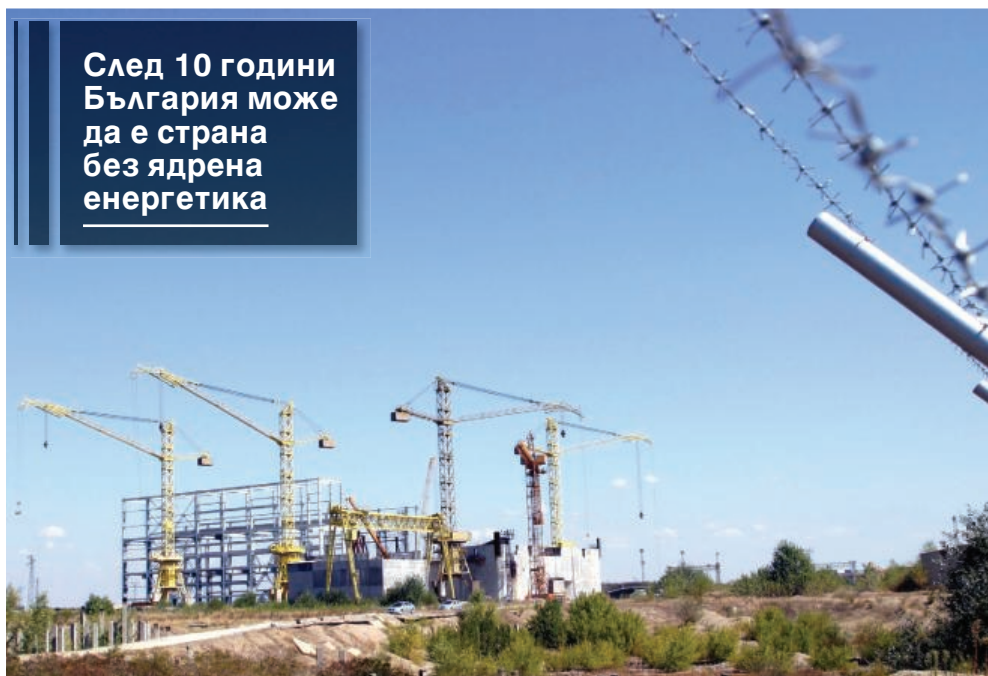
Спирането на проекта

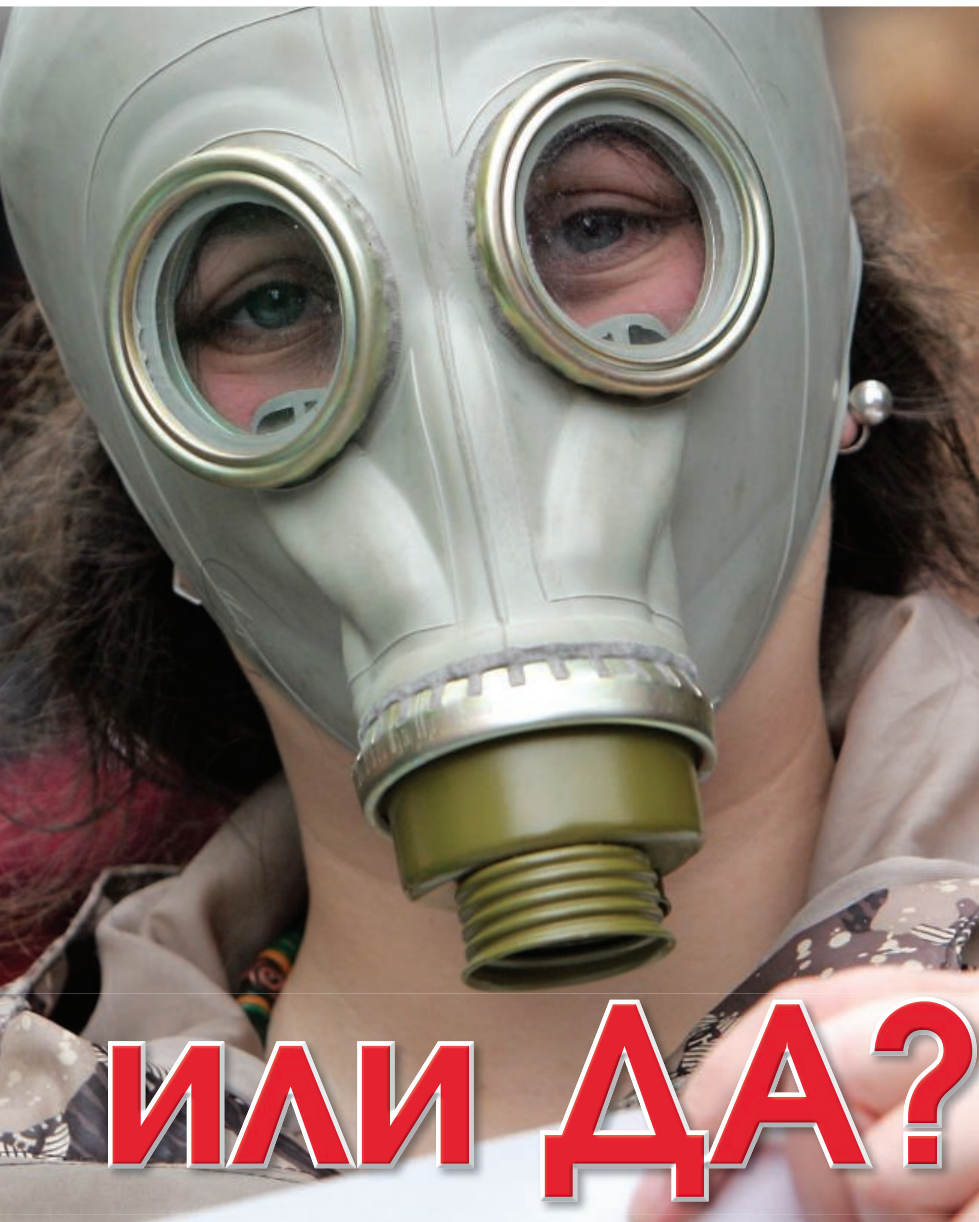
за втора атомна премиерът мотивира така:

„На заседание на Министерски съвет взехме решение да прекратим проекта АЕЦ „Белене“. Защото при цена около 6 млрд. евро с кредитния ресурс, който ни се предлага – между 10 и 12% лихва, за 6 години строеж тази централа отива към 10 милиарда евро. Ние нямаме възможност да я платим, а и да задължим гържавата поколения наред да плащат тези пари – няма как да стане.“ Министрите са казали „не“ на втора атомна на практика, без да знаят колко точно ще струва нейното изграждане или нейното спиране, без да се интересуват какви мощности излизат от експлоатация и дали други надеждни източници идват на тяхно място. Липсват прогностични цени на тока, няма и анализ на пазара на електроенергия в региона, разгледан в дългосрочна перспектива. Никои не обелва и гума какви са очаква-



След 10 години България може да е страна без ядрена енергетика





ИЛИ ДА?

нията за развитието на българската икономика през 2020-та и за енергийните нужди, които тя ще има. Енергетиката заприлича на аматьорски футбол без правила, на който свирят подкупни съдии.

Разговорът за реакторите днес се води така, сякаш става дума за

два казана за варене на боб

Но безплатен обяд няма, особено в ядрената енергетика, където всичко става много бавно и струва много скъпо. Властимащите се изненадаха, че реакторът, който България преди години реши да не използва, работи в Калининската АЕЦ. Ще припомним, че го отказ от старото оборудване се стигна, защото Евросъюзът нямаше да

позволи то да се монтира у нас, тъй като не отговаря на актуалните норми за ядрена безопасност. И още през 2008-а се знаеше, че след рехабилитация и модернизация то ще бъде пуснато в същата тази руска централа. Един реактор от по-старо поколение, за който Брюксел казва „не“, се превръща в старо желязо, особено когато нямаме ноухау как да го пуснем в експлоатация.

Ако отворим публикациите от 2008 г., ще си припомним добрите намерения: Двама реактора за Белене са трето поколение, те са с 1000 MWt мощност, имат висока степен на безопасност и отговарят на всички съвременни изисквания. Предвидено бе енергийната част на съоръженията да е руска, а системите за управление да се направят от консорциума между

френската Areva и германската Siemens. Тези реактори трябваше да работят не само с руско гориво, а и с произведено в САЩ и Великобритания. През 2008-а се очакваше втора атомна да бъде пусната през 2014 г. Разчетите на НЕК по онова време бяха тя да струва 4 млрд. евро, а среднопретеглената цена на електричеството да е 3.5-4 евроцента за киловатчас.

Но този проект през годините бе управляван така, сякаш

никога не бива да бъде завършен

Тоѝ стана удобно кранче за източване за едни, за други разменна монета в голямата игра, чиито куклови са зад граница. Но нека да погледнем фактите и от друг ъгъл: проектният срок за експлоатация и лицензията на Пети блок е до есента на 2017 г., лицензията на Шести блок изтича през 2019 г., а експлоатационният срок свършва през 2021 г. След това бъдещето на ядрената ни енергетика може да остане в миналото. Угължаването на експлоатационния срок зависи от руската страна, а начинът, по който водим разговора, обещава бърза развързка. Участниците от българска страна в този политически театър така и не разбраха, че това, което е позволено за Юпитер, не е позволено на бика.

„Върви се към съд. Но ако си мислите, че съдът няма да реши нашето енергийно бъдеще, грешите. Просто няма да имаме ядрени мощности. Както по всичко личи, атомната ни енергетика е на доживяване“, коментира Йордан Костадинов. Повечето от политиците не нададоха ухо към обясненията на специалистите, които години наред имаха просветителска роля и не жалеха гуми, за да получим яснота защо енергийната система не може да разчита единствено на възобновяемите енергийни източници. Технологиите за добив на енергия от слънце и вятър се развиват, но пътят е далеч пред тях. Скъпият ток от ВЕИ влиза в общия микс, но освен висока цена той внася и нестабилност в системата и не може да е основна компонента.

Наличните технологии за преобразуване на енергия от ВЕИ засега са с доста нисък коефициент на полезно действие и това е основната причина за високата ѝ себестойност. Елементарно е да се разбере, че ако нещо силно се готира, то едва ли е толкова надеждно и печелившо. Енергията от слънце и вятър

здрavo ще ни бръкне в гжоба

ако дельтa ѝ нарасне значително. Още повече че само на ВЕИ не може да се разчита заради зависимостта им от променливите природни фактори. Соларните и вятърните инсталации не може да се причислят към базовите мощности, поради което е нужен добър баланс между различните източници на енергия: възобновяеми, ядрени и фосилни горива, обясняват специалистите.

Ядрени експерти изчисляват, че по-рано от 2025 г. нов ядрен блок не може да бъде изграден. Управляващите обаче се ентусиазираха да правят нова мощност в АЕЦ „Козлогуй“ и дори не чуха професионалистите, които обясниха, че атомна централа не се строи като бизнес център, а има сложни процедури, които отнемат много време и целият процес при отлична организация трае над 15 години.

„Седми блок на АЕЦ „Козлогуй“ е

като кола на трупчета

- има идея, но няма проект. Докато се стигне до рязане на лентата на нов атомен блок, минават много години. Разрешения, лицензи, обявления, търгове, но първо трябва яснота кой ще го финансира”, напомня Богомил Манчев, изпълнителен директор на „Риск инженеринг“.

Дори в края на 2012-а никой не знае колко точно ще ни излезе нашият „нероден Петко“. Тази втора атомна най-вероятно никога няма да я построим, но сметката ѝ ще платим. НЕК така и не направи подобни изчисления, та искът за 1 млрд. евро на „Атомстройекспорт“ завари управляващите абсолютно неподготвени и предизвика силно емоционални изказвания.

По всичко личи, че атомната ни енергетика е на доизживяване, казва Йордан Костадинов



АРХИВ

Изграждането на Седми блок в АЕЦ „Козлогуй“ може да се окаже същата

скъпоструваща сага

която да гълтне дори повече пари, отколкото щяхме да платим за двата блока на АЕЦ „Белене“. Въпросът за бъдещето на ядрената енергетика вече излезе от рамките на гържливостта. Онези, които са се заели от името на гържавата да го решат, не са наясно какво да правят, коментират ядрени специалисти. Политическата конюнктура се променя, а проблемът вместо да намира решение, още повече се заплита. „Сегашната власт спря проекта „Белене“ и реши да прави седми блок в АЕЦ „Козлогуй“, но в следващия управленски мандат на политиците може да им гоиде груг акъл и да спрат и него. Това са решения на Министерски съвет – едни приемат едно, следващите



Сериалът АЕЦ „Белене“ взе нов обрат, след като американският „Глобал пауър консорциум“ заяви инвестиционно намерение да посъществува проекта

Седми блок на АЕЦ „Козлодуй“ е като кола на трупчета - има идея, но няма проект, обобщава Богомил Манчев




извърши предпроектното проучване за изграждане на седми блок на АЕЦ „Козлодуй“. Но дали „Уестингхаус“ съзнават, че с тази гребна разработка сами се лишават от възможността компанията да се яви на бъдещия търг за избор на технология. Недопустимо е една и съща организация да прави анализ и после да участва в самия търг, според изискванията на Брюксел за обществените поръчки това би било конфликт на интереси. Икономико-технически анализ се прави от инженерна организация, която не е производител на оборудване, а ако е производител, тя не може да е доставчик, напомня Богомил Манчев.

„Ядрената енергетика е политика. Хората, които разбират от нея, са твърде малко и днес не са част от политическия елит. Но каквито са ни политиците, такава е и ядрената ни енергетика“, твърди Йордан Костадинов. А Янко Янев от Международната агенция по атомна енергетика още преди време обобщил, че АЕЦ „Белене“ е

огледало на икономическите и на политическите лутания

го отхвърлят и гласуват груго“, предупреждава Йордан Костадинов. И както върви, най-късно през 2022 г. България ще достигне европейските цени на електроенергията. В момента тяхната средна стойност е около 15 евроцента, а тук е 15 стотинки за 1 кВтч. Това може би е и целта. Според Богомил Манчев никои не може да каже дали напред ще се избере технология, а после ще се търси инвеститор, или обратно. Никои все още не знае колко мегаватова ще е въпросният седми блок, ще се ползва ли оборудването, което беше готово за „Белене“. Възложена е оценка за въздействието върху околната среда, а обикновено ОВОС се прави на базата на инвестиционно предложение, каквото в този случай липсва. Трябва да се оценява въздействието на съоръжение с конкретни параметри, а не да се мери „един ядрен блок на едно място“. Американската „Уестингхаус“ бе избрана да

на България за един над 30-годишен период. Винаги когато страната си е поставяла големи икономически цели, тази централа е излизала на преден план. И винаги поради политически срывове, икономически спад или външно влияние е била отлагана за по-добри времена. Ако и сега отложим това строителство, то ще е признание, че няма надежда да тръгнем напред и нагоре, смята Янев.

Както по всичко личи, през 2025 г. ще трябва да сме много големи оптимисти. Тогава или ще се надяваме да открият единствения блок в българска АЕЦ, или ще купуваме свещи, за да си светим, когато няма слънце и не духа вятър. Има ли друго по-силно предупреждение за опасностите в тази сложна и все по-заплетена ситуация? Може би само едно: Малко и черно чука на вратата и все по-голямо става... 



Борислав Петков, председател на Асоциацията на собствениците на земеделски земи:

Нарастването на рентата раздвижи пазара на земя

Борислав Петков е завършил аграрна икономика в Аграрния университет в Пловдив, а също и право във Великотърновския университет. Той е изпълнителен директор на „Омега агро инвест“ и е председател на управителния съвет на Българската асоциация на собствениците на земеделски земи.



АНТОН ЧАЛЪКОВ

Производителите да се обединяват в клъстери, за да си гарантират по-добри условия за продажба

- Господин Петков, и на пазара за земя лятото беше горещо. Кое според вас качи градус на интереса към земеделските терени?

- Няколко са факторите, които обуславят интереса към инвестиция и покупка на земеделски земи. На първо място е световната тенденция към посъкпване на основните хранителни продукти и необходимостта от фуражи. Немалко влияние оказва използването на определени култури (рапица, царевича, пшеница и гр.) за производството на биогорива. Въздействие има и приближаването

на 2014 г., когато започва новият програмнен период в Общата селскостопанска политика. Тогава ползването на земята изцяло ще се базира на правното основание. Колкото повече земя стопанисваш, толкова по-голяма е възможността да получиш директните плащания на площ.

- Но и тогава няма да се дават субсидии само защото си собственик на земя...

- Субсидиите, разбира се, са за онези, които обработват земята, а не просто за собствениците. В последните две години интересът на земеделските производители да

купят актива, върху който развиват своя бизнес, е голям. Бързият темп на растеж на рентата ги кара да инвестират в земя.

- Какъв е профилът на купувачите на земеделска земя?

- Най-голям е дялът на арендаторите. Те са 60-70% от активните купувачи. Около 30% са акционерни дружества със специална инвестиционна цел (АДСИЦ) и други търговски компании, които от 6-7 години инвестират в земеделска земя и тяхната цел е да я отдадат под наем, за да получават текуща доходност. Има и трети профил: хората със свободни капитални, които нямат нищо общо със земеделството.

- Появиха се предупреждения, че инвестициите в земеделска

земя може да са следващият балон. Вие имате ли подобни опасения?

- На всеки пазар трябва да участват професионалисти, които добре го познават. Няма как земята да е балон за арендаторите, тъй като когато те купуват, цената минава през призмата на тяхното производство. Те добре си правят сметката, че тази инвестиция ще се изплати за около 5, максимум за 10 години. Чрез тази покупка те гарантират своя бизнес. Всеки ползвател или арендатор сам решава как точно да използва земята, за да усвои повече европейски средства. АДСИЦ гонят доходност от 5-7% и ако получават рента от 40 лв., са готови да платят цена от около 450-500 лв./дка. Третият тип инвеститори влизат на пазара, без да са наясно какво точно правят. За да купят земя, те предлагат цена, по-висока от пазарната, а доходността, която по-късно ще получат, няма да ги удовлетвори. За тези инвеститори пазарът може да се окаже балон. Като цяло обаче покупката на ниви няма как да е балон, ситуацията с недвижимите имоти няма как да се повтори, защото

Покупката на земя не би могла да е балон за арендаторите, а само за случайните инвеститори

земята е ограничена като количество. Обработваемата площ дори непрекъснато намалява за сметка на урбанизираните територии, а населението в световен мащаб расте. Така необходимостта от повече земеделски продукти с всяка година се увеличава.

- Появиха ли се чуждестранни купувачи, които да са фактор на пазара на земеделска земя у нас?

- Чуждестранни инвеститори в земя и в земеделие има от поне 6-7 години. Основните акционери на повечето АДСИЦ са чуждестранни юридически и физически лица, като сред тях е Световната банка, има хедж фондове. Така че чуждестранни инвестиции има, но не са в такава степен, че да преобразят агросектора в Бълга-



рия. В последните две години към нас като асоциация има много запитвания от външни инвеститори, които имат желание да купят земя и да развият

земеделие у нас, но липсата на уегрени площи ги спира.

- Имате ли добър пример на чуждестранен инвеститор в земеделието, който вече изкарва продукция?

- В района на Провадия от близо пет години има два такива примера на инвеститори от Дания. Те са сред активните купувачи на земя в региона.

- Имаше заявен китайски интерес...

- Той не само е заявен, но в района на с. Боиница, Видинско, има реализирана инвестиция, като са арендовани около 20 хил. дка. Тази година там засяха царевица и имат реколта.

- Израел също кроеше планове да развива земеделие у нас. Има ли развитие на намеренията?

- Преди повече от година бях включен в делегацията на министър Мирослав Найденов в Израел и тогава проведохме редица разговори в тази насока. След посещението на премиера Борисов и кабинета в средата на септември се очаква раздвижване. Израелците има какво да ни покажат. Те биха могли да вкарат технологии за хидромелиорация и поливни системи. Надявам се, че подобна инвестиция, която може да гоиде и от арабския свят, ще способства българското земеделие да стане по-конкурентоспособно.

- Но навремето ние сме ги учили на хидромелиорация!

- Така е, но като се обърне колата, пътища много. В Израел са ползвали български опит, а сега ще си платим за технологиите. Саудитска Арабия, Катар, Кувейт също може да ни прогадат системи за напояване, макар ние да сме ги учили преди повече от четвърт век.

- Имаше изградени напоятелни системи, които бяха разграбени и унищожени...

- С лека ръка разрушаваме направеното, а сега трябва да съграждаме поливни съоръжения. Ако имаше напоятелни системи, българското земеделие можеше да е водещо, тъй като имаме чудесна земя и подходящи атмосферни условия, но проблемите със сушата с всяка година ескалират.

- Не е ли абсурд да каним чужденци да ни учат как да напояваме?

- Абсурд е, но имаме нужда от това. Хидромелиорация обаче трябва да се прави, след като комасацията бъде извършена. В този програмен период имаше мярка, която предвиждаше с евросредства да се изграждат такива съоръжения, но тя така и не заработи. Но за следващия 7-годишен период трябва да сме добре подготвени да развием тези възможности. Цялата страна има нужда от поливни площи.

- А има ли наистина нужда от такива системи, при положение че през последните години у нас се развива основно зърнопроизводство?

- Пшеницата няма голяма нужда

от поливане, царевичата в определени периоди се нуждае. Зърнопроизводството заема голяма част от земеделците, но пък генерира значима част от brutния вътрешен продукт. Хидромелиорацията е важна за зеленчукопроизводството, за овощарството и лозарството. Те ще формират средните стопанства. Една зеленчукова градина от 50 дка, ако не се полива, е обречена.

- Виждате ли шанс зеленчукопроизводството и овощарството да се възродят у нас?

- Зеленчукопроизводството е алтернатива на замиращото тютюнопроизводство в Хасковско и Кърджалийско, там има реки и изкуствени водоеми. В Добруджа и Плевенско зеленчукопроизводство няма да се развие, но край Благоевград и Петрич може да се отглеждат плодове и зеленчуци, още повече че там тютюнопроизводството си отива. И ако интересът бъде насочен към тези региони, Хасково наистина ще се очертае като новия Клондайк. През тази година в този район има най-много сделки.

- Коя е причината?

- Регионът беше подценен, тъй като там няма изявени арендатори и на земеделците му липсва размах. Но вече се появяват добри примери.

- Как вървят цените на земята край Хасково?

- От 280 до 400 лв. в зависимост от землището и конкуренцията между купувачите.

- Къде е най-скъпата земя в момента?

- В Добруджа, но там пазарът е слаб и ограничен, рядко излиза

нещо като предлагане. Цените са между 1100 и 1250 лв.

- Във Варна това лято имаше обяви, че се изкупува земеделска земя по 1400-1600 лв.

- Случва се и такава цена да се дава в този регион, но при конкуренцията между арендаторите. Според мен обаче тя не е актуална на пазара.

- Къде гругаде търсенето на земеделска земя е най-силно?

- В района на Плевен, Велико Търново, Разград, Исперих. Там борбата за земя е голяма. Това беше и нашият стремеж – правата на собствениците на земеделска земя да са гарантирани и ако решат да я продават, да може това да стане в рамките на един ден. Високите цени са там, където са и най-големите арендатори.

- Зърнопроизводството върви добре, но само то ли ще дава облик на българското земеделие?

- Едва ли ще се появят зеленчукови градини от 5-6 хил. дка. Производителите трябва да се обединяват в клъстери, които да спомогат за реализацията на тяхната продукция. Бивш кадър съм на голяма търговска верига и зная, че те работят на принципа „Разделяй и владей“. Едно е преговорите да се водят от клъстер, а друго да извиват ръце на гребния производител за неговите 1-2 тона. При трайните насаждения вече се появяват големи масиви.

- В такъв случай възможен ли е ренесанс на консервната индустрия?

През годините бяха направени куп грешки, но ни се ще още на поправителния изпит да сме по-добри от отличниците

- Той ще е следствие от развитието на сектора, който осигурява суровината.

- Знаете, че хората обичат сравненията. Къде сме ние в срав-

нение с други страни от ЕС по отношение цените на земята?

- С коя страна да се сравним, за да ви кажа защо подобна аналогия не е възможна? Да вземем Белгия. Там средната цена на земята е около 3 хил. евро и няма площи, които не се поливат. До масива земя се отива по асфалтов път. Близостта до инфраструктурата, лесният достъп, хидромелиоративните системи - всичко това определя цената на обработваемите площи. Зависи и от продукцията, която може да изкарате, и от цената, на която да я продадете. В Германия добивът на рапица е около 600 кг от декар, а у нас е около 300 кг. Причината? Там валежите са повече, но имат и хидромелиоративна структура и имат възможност да поливат, когато пожелаят. Субсидиите са по-големи, земеползването е уредено, застрахователната култура е съвсем различна. По тези показатели въобще не може да се мерим, но искаме да се сравняваме. Едва ли има смисъл да съпоставяме стар москвич с нов мерцедес. През годините в България направихме куп грешки, в момента ги поправяме, но ни се ще още на поправителния изпит да сме по-добри от отлич-

ниците.

- Имахме зеленчукопроизводство, което още се помни в бившите соцстрани. Възможно ли е скоро да се състои „поправителен“ за този сектор?

- Когато бях ученик, беряхме домати за Съветския съюз. Пазарът там и до днес не е забравил българските продукти, но някой трябва да ги произведе. На Капитан Андреево „произвеждат“ много селскостопанска стока. Игете и вижте как се внасят турските домати. Зеленчукопроизводството се нуждае от държавна политика. Вносът на зеленчуци от съседните страни, които са извън ЕС, трябва да се ограничи. В която търговска верига да влезете, българският домат е отстъпил място на турския и сирийския, които са с високо съдържание на нитрати. А за тях няма дори и мито. Българският производител не се чувства защитен и стимулиран от своята държава.

- В края на август духовете бяха разбунени от решението на правителството да пусне на търг 154 хил. дка от Държавния поземлен фонд. Вие как гледате на всичко това?

- Много шум за нищо! Още през 1993 г. държавата е поела ангажимент в Закона за собствеността и ползването на земеделските земи и до момента е продала 200 хил. дка. Сега е вторият национален търг, но за първия никой не вдигна толкова шум. Тези 154 хил. дка са основно

пасища и мери, които са мъчени да бъдат давани по наем, но никой не ги е искал и държавата прави опит да ги продаде.

- Мнозина недоумяват защо точно чрез поименни компенсационни бонове...

- Защото друг начин няма. Съгласно действащото законодателство държавата може да се разпореди със земеделската си земя по два начина. Първият е продажба чрез поименни компенсационни бонове, а вторият – чрез замяна. Преди три години беше сложен мораториум върху замяните. Държавата не продава земя срещу пари, защото законът не го позволява. В риторика по темата обаче се упражняват хора, на които всичко това не им е ясно. Предишното правителство е правило шест областни търга и един национален. Това правителство прави само национален, защото областните вече са проведени. За да се заменят боновете, в годината трябва да се правят по два такива търга.

- Заради тези търгове настъпни голямо оживление в търговията с поименни компенсационни бонове...

- Нормално е, тъй като няма друг вид инструмент, с който да се участва на търга.

- Чухме какви ли не коментари за печелившите от

тези търгове. Според вас кои ще са те?

- Печеливши ще са притежате-

лите на поименни компенсационни бонове. Ако не искат да участват на търговете, продават ги на цена, каквато след времето на продажбата на БТК не е имало. Вземат свежите пари и се прибират вкъщи. Вторият печеливш е държавата. Тя изкарва неатрактивни имоти в момент, в който

Зеленчукопроизводството се нуждае от държавна политика, вносът от страни извън ЕС трябва да се ограничи

пазарът на земя е в своя пик. Същевременно тя ще изпълни и своя морален ангажимент към притежателите на компенсационни бонове.

- Кои може да се окажат в отбора на губещите?

- Губещи може да са онези, които са купили компенсационни бонове, но не успеят да ги оползотворят на търга. Аз поне не зная да се задава следващ търг, което значи, че цената на тези бонове ще падне. Всеки, който си е купил бонове, е рискувал. Офертите се подаваха до края на септември и който е предложил най-висока цена, той печели търга.

- Очаквате ли после пак да се появят твърдения за задкулисни договори?

- Едва ли някой може да манипулира толкова участници в процеса. Чрез вашето списание предлагам в комисиите, които отварят тръжните документи, да се включват и журналисти, които да са гарант за прозрачността. 🍷

Държавата не продава земя срещу пари, защото законът не го позволява



Кmeta.bg

Новият портал ще представя регионални новини и събития, както и база данни за местните власти в страната

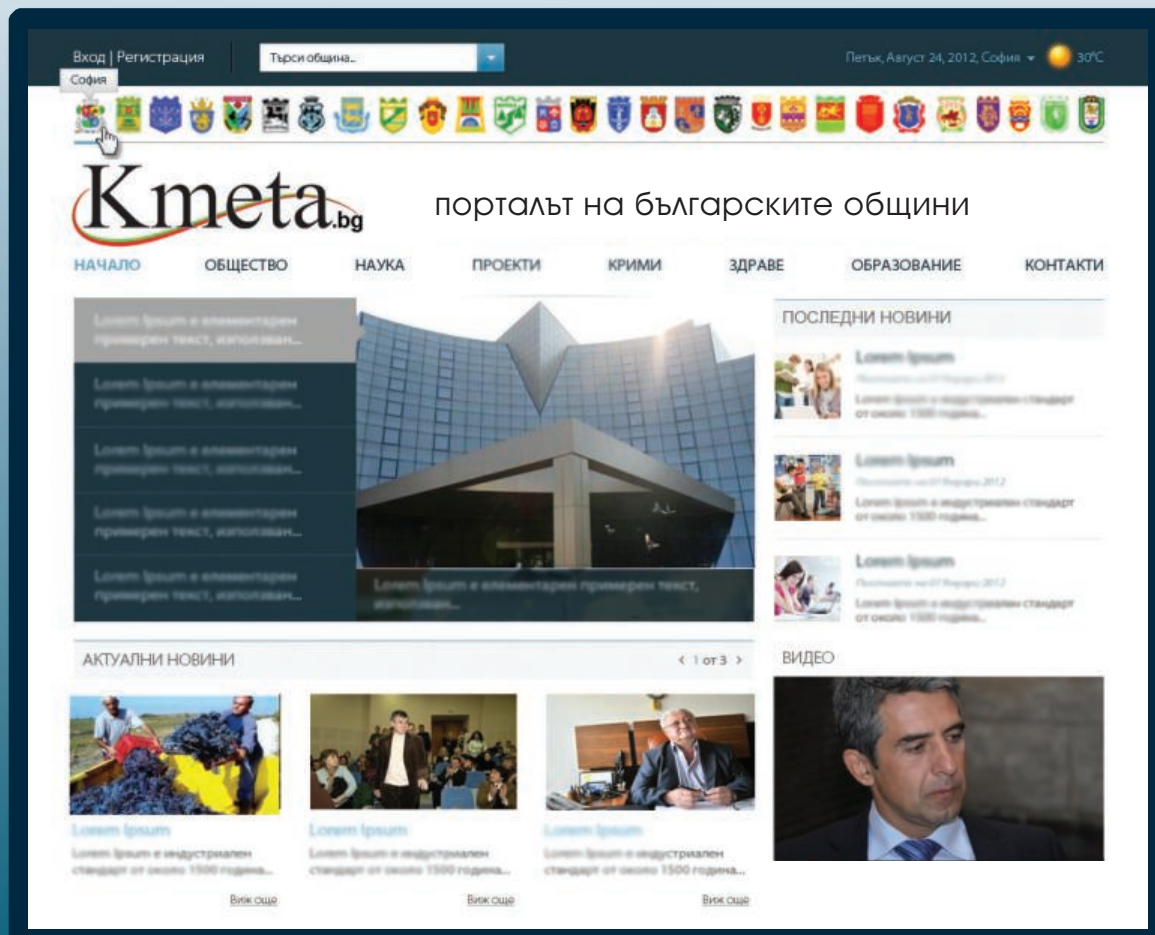
КМЕТА.BG е най-новият и модерен портал, съдържащ всеобхватна информация за работата на 264-те общини в България. Той стартира от началото на октомври 2012 година и е част от медийната палитра на „Стандарт нюз“ и „Бранд ПР“. Идеята ни е да съберем на едно място не само информация за отделните региони в страната, но да съобщаваме най-бързо за случващото се там, за проектите, по които се работи, и за всички аспекти на обществения живот, касаещи местното управление.

КМЕТА.BG ще ви запознае с всяка отделна община по основ-

ните направления на нейната дейност, касаещи всеки гражданин.

В сайта ще бъдат представени проектите, финансирани от Европейския съюз, по които работят българските общини, или такива, по които предстои да бъдат отпуснати средства за усвояване. Сред тях ще бъдат посочвани както проблемните моменти, така и успешните примери.

Рубрика „Чуждият опит“ ще отразява дейността на общини от европейски държави, където успешно са разрешени проблеми, аналогични и в българските общини. В тази рубрика ще представяме на читателите



— ЗА ЛИДЕРИТЕ В УПРАВЛЕНИЕТО

си съвместните проекти, по които работят българските и чуждите местни власти.

В нашето „Интервю“ ежедневно ще присъстват не само кметове, заместник-кметове, председатели на общински съвети и общински съветници, но и представители на групи местни институции - общински училища, болници, дирекции на вътрешните работи, инспекторати, регионални институции, общински търговски дружества.

Въпроси към тях ще може да задава и всеки гражданин в секцията ни „Питайте кмета“, където ще представяме и отговорите на вашите въпроси

от съответните компетентни органи.

Секция „Национално сдружение на общините“ ще съдържа позиции по актуални теми, становища по законодателни инициативи. Ще споделяме полезна информация относно обучението на експерти от местните администрации и възможностите за повишаване капацитета на администрацията.

Предвидили сме и развлекателна рубрика, където да представяме хората от местната власт не само в професионалната им сфера, но и в тяхното ежедневие – портрети, репортажи, инициативи.

Следващите стъпки от раз-

витието на портала предвиждаме и рубрика „Избори“, която ще се обособява по време на кампании.

За да отличи добрите примери в местното самоуправление, екипът на kmeta.bg ще организира конкурси „Кмет на месеца“ и „Кмет на годината“. Те ще стартират през новата 2013 година. Предвиждаме критериите за номиниране и избор, които ще бъдат публично оповестени, да бъдат консултирани с представители на НСОРБ за максимална обективност и коректност.

КМЕТА.BG – ПОРТАЛЪТ НА
БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ.



- Извинете,
вие българин ли
сте?
- Съдейки по
заплатата - га...

И ДИМ ДА МЕ НЯМА

**Лице в лице
с проблема
за цените,
доходите,
кадрите
и техния
образователен
ценз и
квалификация**

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Цените растат и всеки по цялата верига до касата за плащане намира своите основания за поскъпване. Само попитайте „защо“ и планината от аргументи може да ви затрупа. Токът поскъпва, защото в експлоатация са въведени твърде много мощности за зелена енергия и регулаторът е преценил, че за системата ще е фатално без фаталните 13% увеличение. Скочи ли токът, като по сигнал всички цени тръгват нагоре. А когато в добавка и горивата покорят нов ценови връх, положението става просто неудържимо. Но защо поскъпват горивата? Заради петрола, разбира се, който в момента е твърде чувствителен към международното положение. Не питайте обаче

дали поевтиняването му не би трябвало също да се усеща на бензиноколонките. Ако след всичко дотук загадете и въпроса защо храната също поскъпва, ще чуете едно „Как защо?!“ и тежко им на тока, горивата, сушата, на Китай дори, който напоследък и в своята чиния започна да слага ориза само като гарнитур. С руги гуми, цените растат главно заради международната конюнктура, а и защото в България в предишни периоди са ни жалели.

**За доходите
по-добре
не питайте**

защото при тези високи цени няма кой да мисли за вашите доходи. Само социалният министър Тотю Младенов обещава 320 лв.



етикети върху стоките. И това лято гържавата направи плахи опити да постави някои цени пог похлупак, но се опари и разбра, че няма сили да ги натиска на- долу. Дори хора от бизнеса вече казват, че доходите са

магическият ключ

към вратата, заг която бушуват високите цени. Но гали малкият или по-големият ключ ще отвори тази врата...

В сложната международна конюнктура наистина не питай- те либералните икономисти гали доходите в България също да се качват. Те всеки път обясняват как пенсиите не бива да се уве- личават, а доходите трябва да

икономиката има ръст.

По-високото заплащане на други пазари обаче е фактор, който кара много българи да се възползват от

предимствата на глобализацията

и да заминат с едноросочен билет. Битува мнение, че въз- можностите в чужбина са много повече, и това е важен мотив при взимането на решение за такава промяна. Дори предпри- емачески настроените млади не виждат адекватна възвръщае- мост да създават продукти за българския пазар, особено когато сравняват със страни с далеч по-голямо население и покупател- на способност.

Наблюденията на компанията за подбор на персонал „Менпауър България” сочат, че вече и по- възрастните нямат сантимент да напуснат България. Нагласа- та „стар съм вече да работя в чужбина” остава в миналото. Ще е пресилено да се твърди, че промяната е следствие от непрестанното повишаване на пенсионната възраст. По-скоро хората стават смели в решения- та да търсят



минимална работна заплата от 1 януари догодина, нищо че це- ните на международно търгува- ните стоки нямат нищо общо с доходите на българиите. Цените на петрола, на бензина, на газа, а дори на тока и на парното не се интересуват от пенсиите и заплатите в България, обясняват либералните икономисти у нас. Цената на царевичата имала много по-голяма връзка с време- то в Средна Америка и в Канада, отколкото с цялата икономиче- ска политика на ЕС, още по-мал- ко на България.

Шегата настрана, но цени- те ще продължат да растат, движени от по-скъпите енер- гоносители, храните също ще поскъпват и това ще тегли нагоре всички други цени. Духът от бутилката е изпуснат и няма как обратно да върнем старите

се променят едва след сериозни реформи. И няма начин да не напомнят за ниската произво- дителност в България (без да влизат в подробности, че бълга- ринът в Германия работи като германец, а в Америка като американец). Като знаят нрава на политиците, които развърз- ват торбата с обещания преди избори, най-много да кажат, че нарастването на доходите ще е с много малко, и то само в бюджетната сфера. В момента актуална причина доходите да не се размразяват е забавя- нето на икономиката в Китай, което води до по-нисък растеж в Германия, следователно и в България. Дежурната мантра обикновено е, че доходите трябва да се повишават само когато

реализация навън

Някои са тласкани от оскъд- ното заплащане тук или изобщо от липсата на заетост, хора с висока квалификация заминават заради по-добрата организация на работа и високия стандарт, който могат да имат навън. Невъзможността в страната да си осигурят приличен живот кара редица българи да стягат багажа.

Безработицата расте, но и незаетите работни места не намаляват, сочи статисти- ката на „Менпауър България”. Дисбалансът между търсене и предлагане се задълбочава и се изостря. Обезпокояваща е и лип- сата на квалифицирани кадри в различните сектори и за отдел- ните нища в йерархията. Става все по-трудно да се намерят

хора дори за елементарни производствени операции, свързани с обслужването на някаква машина, оплакват се работодатели.

Високият процент на безработицата сред най-младите е

бомба с часовников механизъм

която скоро ще се взриви. Първо, защото от няколко години тенденцията е голямата част от завършващите елитни училища да заминават да учат в чужбина, а после незначителен процент от тях се завръщат обратно. Второ, след средното или висшето училище повечето млади хора по принуда се вливат в армията на безработните. И когато се обезсърчат, че тук липсва перспектива за тях, те стягат багажа. „Очакванията на младото поколение към работното място са много по-различни и повечето работодатели не могат да отговорят на тях. Налага се бизнесът да променя начина на работа, за да може най-младите да се включат в трудовия процес. Същевременно и тези, които желаят да бъдат наети, трябва да направят в едни случаи усилия, а в други - компромиси, защото едва ли от първия опит ще намерят мечтаната позиция”, коментира управляващият директор на „Менпауър” Надя Василева. Съветът ѝ към работодателите е да са по-гъвкави и да не са максималисти при подбор на кадри, тъй като все по-трудно става запълването на отворените позиции.

Има, разбира се, и една значителна група, която няма проблем с нивата на заплатите - това са работниците и служителите с

Висока квалификация

Все повече са професиите, в които опитът и квалификацията са високо ценени. Факт е, че доказаните професионалисти не търсят работа, а най-често тях ги търсят. Същевременно




работодатели, които се лишават от най-добрите си служители, поемат по път, който води до смаляване и изчезване на компанията. Следователно изходът от омагьосания кръг с високите цени и ниските доходи е в повишаване на квалификацията, смята Иван Нейков, председател на Балканския институт по труда и социалната политика. Той самият обаче няма отговор на въпроса какво да се прави с тези неколкостотин хиляди работници без образователен ценз и с ниска квалификация, които нямат работа, загубили са всякаква надежда, че може да бъдат наети, а освен това са изчерпали възможностите да получават помощи за безработица. Постепенно те са изтласквани от трудовия пазар и се превръщат в аутсайдери.

Анализът на трудовите пазари, който Балканският институт по труда и социалната политика прави, показва, че днес българите са

Много по-мобилни

отколкото преди години. Този феномен, който доскоро наблюдавахме само заг океана, се

пренася в Европа. Хората отиват да живеят там, където намират работа. У нас, българите, имаше известна съпротива срещу този модел, но вече разстоянията, а дори и границите не са пречка. Пречупи се тенденцията миграцията да е от малкото населено място към по-голямото. Безработицата расте, за много професии заплащането е твърде ниско, към това се прибавят и непривлекателните условия на труд в редица предприятия. Бизнесът на много от фирмите се сви, други фалираха, кадрите започнаха да стават излишни, после станаха съвсем излишни. Всичко това става подтик да стягат багажа. Хората приеха, че светът наистина е голям и спасение дебне отвсякъде. Скоро българската икономика ще види обратната страна на тази монета. Защото става ясно, че летният хит „Стягам багажа и дим да ме няма” не е само музикален. Успокояващото е, че досега няма случай целият трудов пазар на една национална икономика да се е изнесъл навън. 

Движенията на трудовата миграция

7% от българите работят в чужбина. От това икономиката губи 5%, които обаче се връщат под формата на изпратени в България пари

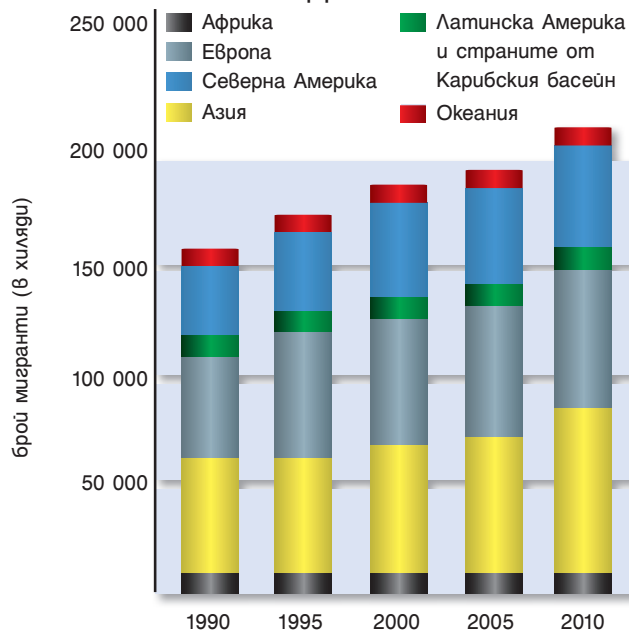
АНТОН АНДОНОВ

Световната рецесия го веде до намаляване на броя на трудовете мигранти в света. Рязкото съкращаване на работни места в богатите икономики започна от гастайрбайтерите. Това го веде и до намаляване на паричните потоци към родните им места, сочат данни на Департамента по икономически и социални въпроси на ООН. Ако преди кризата от гурбетчиите в България идваха около 1 милиард евро, то за миналата година цифрата падна на 760 милиона. Някои страни продължават да гържат спуснати барьерите пред чуждестранните работници.

Такива стъпки направиха в Япония, Испания и Чехия. Но дори и по време на криза малцина са онези, които веднъж напуснали родината си, искат да се върнат в нея обратно. Кризата удари най-вече заетите в строителството, хотелиерството и услугите. Много от тях бяха принудени да се приберат по родните си места в Централна и Източна Европа от Великобритания и Ирландия например. Но възможността да потърсят късмета си отново зад граница остава, защото визов режим в ЕС няма.

Сметките сочат, че кризата е намалила паричните потоци към развиващите се страни със 7%, обемът на световната търговия е паднал с 10%, а преките чуждестранни инвестиции - с цели 57%.

Трудовата миграция по света от 1990 до 2010 г.



Други като Русия например намалиха два пъти броя на издаваните разрешителни за работа на чужденци – до 2 милиона броя. Трети дори създадоха специални програми, за да стимулират мигрантите да се завърнат по родните си места. Сред мерките бяха изплащането на еднократни обезщетения

Къде сме ние?

В момента между 1,2 и 1,6 млн. българи живеят в чужбина. 30% от тях са избрали Испания за свой втори дом. Стряскащ е фактът, че само за последните 6 години техният брой е нараснал 3 пъти - до над 176 000 души. Българите работят най-вече в строителството, транспорта, селското стопанство, в хотели, ресторанти и търговия, както и като домашни помощници. По данни на Евростат между 20 и 25 хил. нашенци емигрират годишно. Това са хора на възраст между

25 и 39 години. Само за миналата година 10 000 младежи са напуснали страната, а всеки четвърти иска да види зад гърба си надписа „Република България“ на граничния пункт. 60% от тях нямат намерение да се върнат в родината.

По неофициални данни 650 000 са българите, които са работили зад граница през миналата година и са се върнали обратно. Парите, които те и мигрантите внасят в хазната, са около 2/3 от преките чуждестранни инвестиции у нас, т.е. около 700-800 млн. евро. Най-много наши сънародници има в Гърция и Испания - около 300 000. Освен тях сред предпочитаните от мигрантите държави са Италия, Великобритания, Германия.

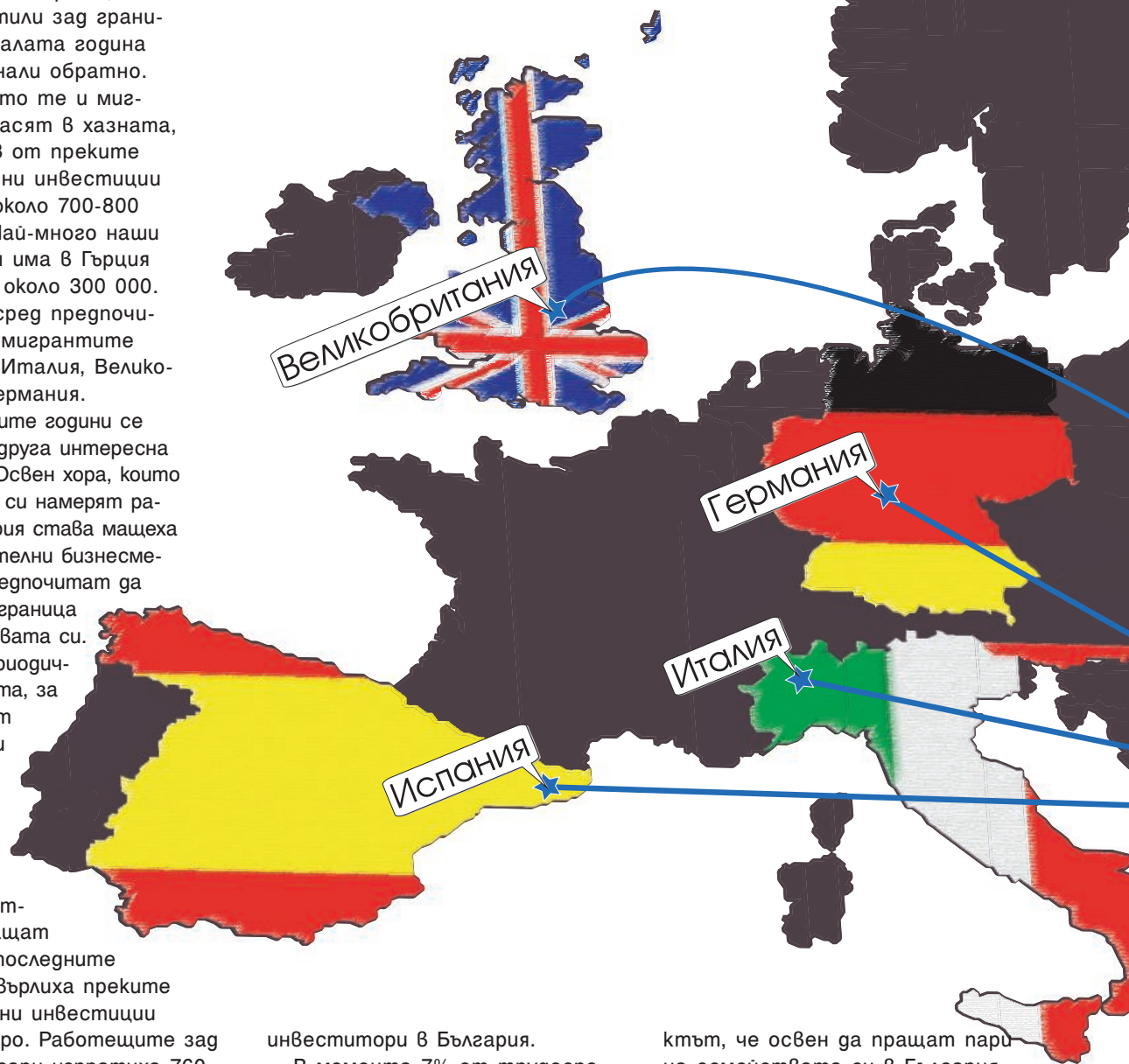
В последните години се забелязва и друга интересна тенденция. Освен хора, които не могат да си намерят работа, България става магцеха и за състоятелни бизнесмени, които предпочитат да живеят зад граница със семействата си. Те идват периодично в страната, за да наглеждат бизнеса си, и избират Австрия като място за живеене.

Парите, които гурбетчиите изпращат у нас, през последните години надхвърлиха преките чуждестранни инвестиции с 20 млн. евро. Работещите зад граница българи изпратиха 760 млн. евро, срещу 740 млн. евро, инвестирани в българската икономика за 2010 г. По официалната статистика на БНБ, но тя не обхваща най-популярните и предпочитани канали от гас-тарбайтерите – неофициалните. Коего означава, че нашенци са най-големите „чуждестранни“

Държави, където живеят и работят най-много българи

Германия, Франция, Португалия, Испания и Италия	360 000
САЩ, Канада и Австрия	320 000
Турция	300 000
Гърция и Кипър	290 000
Чехия, Унгария и Полша	60 000

Източник: КТ "Погкрена"



инвеститори в България.

В момента 7% от трудоспособното българско население работи в чужбина. Заради избора им родната икономика губи 5,4 % от БВП, което в евро означава около 1 милиард. С „внесените“ в родината пари обаче загубата се изравнява с ползата.

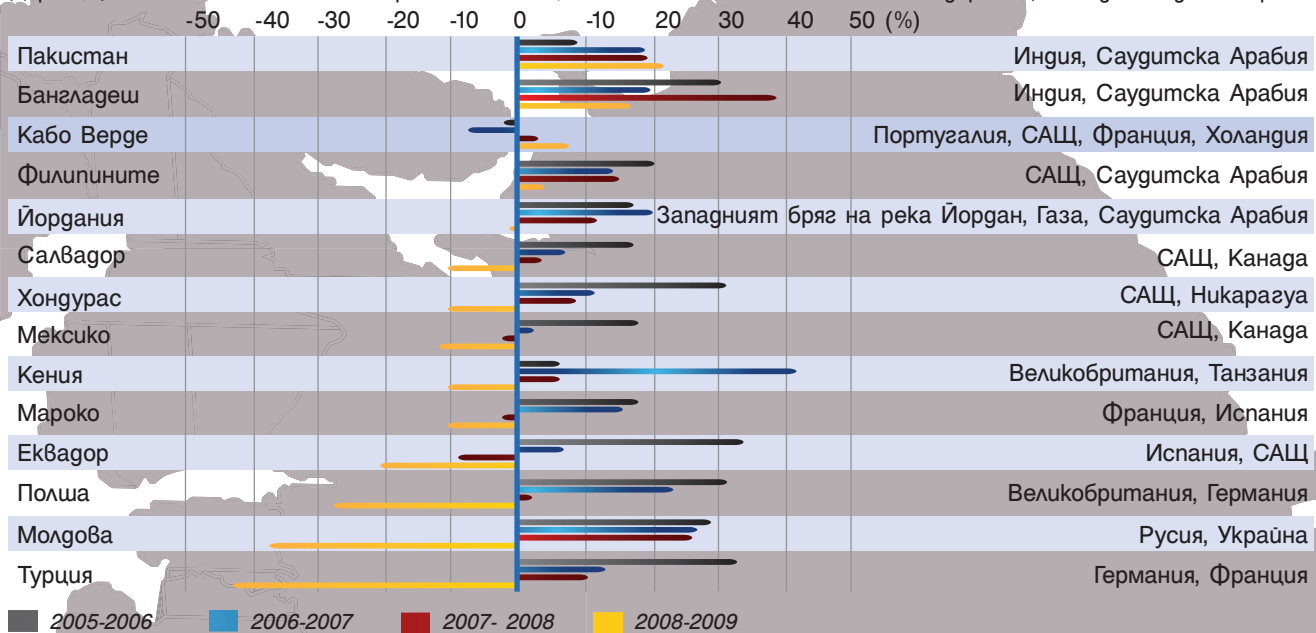
В същото време обаче не трябва да се пренебрегва фа-

ктът, че освен да пращат пари на семействата си в България, нашенците опитват да уредят живота си зад граница. Над половината (60%) от живеещите и работещите в Испания, например имат собствено жилище там, а едва всеки четвърти има намерение да се върне в България. Подобна е ситуацията и с тези в Италия. Заради визовите

Парични потоци

Държави, към които са насочени паричните потоци

държави, откъдето идват парите



Източник: КТ "Погрепа"

ТОП 5 на предпочитаните от българските гастарбайтери държави

1. Гърция
2. Италия
3. Великобритания
4. Германия
5. Испания

Гърция

ограничения и икономическата криза отвъд океана все по-малко стават желаетите да мигрират към САЩ и Канада. Основната причина за избледняването на американската мечта са поскъпналият живот в двете държави, повишените разходи, а оттука и

невъзможността да се изпращат пари за близките в родината.

Най-сериозният проблем пред нашите гурбетчии е незнаенето на чужд език. Зад граница те се сблъскват с негативните нагласи в обществото, че вземат хляба на местни работници. Въпреки че са добре подготвени и образовани, голяма част от тях са принудени да извършват дейности, за които не се изисква професионална

квалификация. Основният проблем за България остава „изтичането на мозъци“, защото държавата инвестира в образованието на младите, а след това не получава от тях труда, който да възвърне инвестицията под формата на данъци и произведен БВП.

Но в съвременния все по-глобализиращ се свят страната ни изобщо не е единствената и в това отношение.

Яйцето или пазарът



ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Там където едни виждат пречки, други съзират възможности. Времената на новия възход на глобалната икономика още не са настъпили, но за някои предприемачи, компании, бизнеси те не са и спирали. Едни намират оправдания за лошите резултати, а други търсят начин. Има предприемачи с опит и амбиция, готови да се хвърлят в приключението нов бизнес. Ситуацията днес е доста по-различна, отколкото преди години, когато са създали първата си компания. Но при силно предла-

гане и свето потребление какъв да е подходът: дали първо да се направи инвестицията и когато продуктът е готов, да се търси пазар, или най-напред да се осигурят потенциалните клиенти и едва тогава да се инвестира в развитие на новата дейност.

Разбира се, че първо трябва да имам продукт, за да търся клиенти, отговарят някои. Други са категорични: „Нямам ли осигурен пазар, не рискувам с ново производство.“

Криза е и създаването на нов бизнес може да стане на добра цена и хора с наличен капитал вече опитват да се възползват от това предимство.

Български предприемач вижда, че цената на земята расте, и насочва интерес натам. Купува ниви и решава, че ще е добре да засади лозя и да отвори винарна. Амбицията му е да направи скъпи вина за елитни клиенти. Дава си сметка, че към момента не знае къде би продал, но той няма и вино. Цикълът в производството на грозде, а след това и на вино е дълъг, заради това предприемачът е убеден, че първо трябва да има продукт, а едва тогава да се търси пазар. Но винопроизводители у нас и по света има много и ако всичко предварително не се обмисли добре, сяко да направим инвестицията, би бил най-грешният подход при стартирането на бизнес, твърдят познавачи. Кои обаче са верните стъпки? И кое е първично - инвестицията и продуктът или пазарите? Също като при философския въпрос за яйцето и кокошката предприемачът трябва да намери своя отговор за производството и за продажбите. Потърсихме мнението на трима маркетинголози.

Маркетинголози дават полезни съвети за развитието на нов бизнес в днешната ситуация с много неизвестни

Христо Нейчев:



Напипайте болката на клиента

Най-първична е нуждата на клиента. Когато откриете тази нужда и напипате „болката на клиента“, ще му предложите решение на някакъв проблем.

Първо трябва да се намери пазар, но това не е никак лесно, докато няма готов продукт. За целта е нужно да имате минималния продукт (minimum viable product), с който да тествате пазара, както твърди Ерик Райс в книгата си The Lean Startup. Не е нужно да отворите фабрика, която произвежда по 1 млн. опаковки крем за лице годишно, и тогава да разберете дали ще се търси. Може да направите картонена кутийка, в която дори няма крем. На първо време тази „мостра“ е достатъчна, тъй като описвайки характеристиките на бъдещото изделие, ще оцените потенциалния интерес. После се прави анализ на резултата и се подготвя продукт, близък до реалния. Ако ще предлагате мобилна апликация, не е

необходимо тя да е напълно готова, за да научите, че няма пазар за нея, или че вече се предлагат редица подобия. Има множество хватки, с които да тествате как се приема нещо, което не само не е в завършен вид, а е само в проект. Може да създадете уеб-страница, профил във Фейсбук, чрез които да покажете своя бъдещ продукт на хора от цял свят и да видите как биха го приели, ако вече е на

пазара. Бихте могли да направите мейл група и да разпратите съобщения с молба за обратна връзка. Така че не е нужно да налеете цялата инвестиция, за да потърсите контакт с пазара.

Не бива случайността да е водеща в бизнес решенията. Първият въпрос е какъв проблем ще решиш, създавайки своя нов бизнес. Ако ще произвеждаш вино, трябва да си наясно с какво то ще е по-привлекателно от онова, което вече се предлага: по-високо качество, по-ниска цена, по-добра реклама, по-добро позициониране. Ако имаш парите, но не си специалист в производството, което си решил да създаваш, намери експерти, готови да развият тази дейност. В този случай бъди инвеститор, а не предприемач. Иначе, ако ще си основният двигател на дейността, е желателно тя да е в сфера, която добре познаваш, имаш контакти с други производители, търговци, експерти, хора от тази индустрия по цял свят. Трябва да знаеш кои

са потребителите, кои са доставчиците, да познаваш дори историята на тази индустрия. Това се учи бързо, във всички сектори има повторемост въпреки многото различия.

Препоръчително е да се свържеш с ключови хора от новия бизнес. Хората са отворени, обичат да споделят и да предават опит. В

един момент трябва да си готов да формулираш своята стратегия защо и как бизнесът ще стане успешен, как ще влезеш на този пазар. Ако нямаш идея как точно ще продаваш продукта, не го прави, защото не бива да очакваш нещата сами да се случат. Когато знаеш отговора на въпроса „защо“, тогава може да направиш първата стъпка, за да разбереш дали хората ще купуват продукта. Предприемачът не бива да се срамува да общува с

клиентите си, та нали той в крайна сметка се развива заради тях и чрез тях постига успеха си.

Много по-лесно и по-успешно е, когато започваш

нов бизнес, да работиш с партньор. Между двама и четирима души е перфектната комбинация за старта на нова дейност. Може да успееш и сам, но когато си рамо до рамо с други знаещи, можещи и заредени с хъс хора, резултатът е далеч по-добър. В България, както и по света, мнозина са се опарили от неколкото съдружници и съдилищата са пълни с такива дела, но има и много успешни партньорства. Така че избирай човека, не разчитай 100% на документите,

които впоследствие да бранят твоя интерес.

Винаги търси и се вслушвай в клиента. Игнорираш ли го, загиваш. Най-успешните бизнеси са в непрекъснат контакт с клиентите си. Това важи за малки и големи компании. Доставчици, партньори, подизпълнители са важни, но клиентът е най-важната част от веригата, а и най-трудното в целия този пъзел е да откриеш кои са твоите клиенти.

Първият въпрос е какъв проблем ще решиш, създавайки своя нов бизнес

Павлина
Козарова:



Спящата красавица

Въпросът „първо продуктът или пазарът“ е интересен, но според мен няма абсолютно категоричен отговор.

Няма успешен продукт без пазар и няма истински пазар, ако на него няма достатъчно предлагане. В единия случай продуктът ще стои като Спящата красавица в очакване на принца. В другия случай ще трябва да си спомним за българския „пазар“ преди двай-

сетина години, на които малко на брой продукти с недостатъчно добро качество трябваше да задоволяват гладните и жадни за нормални стоки българи.

Всичко зависи от пазара, от клиента, от инвестицията и от продукта. Знам, че може би много читатели ще бъдат разочаровани, но в бизнеса, както и в живота, няма лесен отговор, няма абсолютно решение. Затова

Предприемачеството е вълнуваща вселена, в която се раждат изключителни продукти и услуги, но и гаснат много мечти.

Може ли да се избегнат някои фундаментални грешки при създаване на собствен бизнес? Може ли начинаещите предприемачи да бъдат обучени как по-ефективно да развият идеите си в реален печеливш бизнес? Категорично ДА, но аз смятам, че това не може да стане само с организиране на вдъхновяващи лекции на хора, които вече са измина-

Двете страни на

ли трънливия път до създаване на собствен успешен бизнес. Вдъхновението е „черешката на тортата“. Според мен самата „торта“ е не по-малко важна, а именно практическо обучение, което има няколко важни задачи:

✓ Да „приземи“ идеите до степен на практическа реализация - в някои школи тези сесии се наричат „убиец на мечти“.

✓ Да разшири бизнес мирогледа на предприемачите, т.е. да покаже, че за изграждане на успешна компания е необходимо да бъдат обмислени и планирани всички нейни дейности - изследователска и развойна, производство, управление на финанси, управление на хора, маркетинг и търговия, логистика и т.н.

✓ Да изгради умения за приличане на съмишленици, които са експерти в критични ключови области за бъдещия бизнес, защото никой не може да успее без екип.

✓ Да предаде съвсем конкретни знания и умения за осъществяване на ключовите дейности за създаване и утвърждаване на една компания.

В страните с развита предприемаческа дейност има специални „школи“, които обучават хора с идеи за собствен бизнес точно на това. Ето едно показателно изказване на преминал побоб-

но обучение: „Научавах как се набират пари, как се структурират сделки, как на другите са им хрумнали идеите и как са наели екипите си.“

За жалост в България точно такива обучения все още няма, но това не означава, че няма как и от кого да учим.

За мен дилемата „Кое е първото - продуктът или пазара“ не съществува в контекста на започване на нов бизнес. Продуктът и пазарът са двете страни на една монета, която бъдещият предприемач предстои да осребри, и няма как те да бъдат разглеждани отделно.

Аз бих препоръчал на хората, които имат намерение да започнат собствен бизнес, да помислят над няколко неща, още преди да започнат конкретната реализация:

✓ Да намерят възможности да „крадат занаят“ от доказано успешни предприемачи

✓ Клиентите са живи хора

сътъвсем конкретни нужди и желания - колкото по-директно отговорят с продукт или услуга на актуалните им потребности (днешни или в близко бъдеще), толкова по-голям успех ще пожънат

✓ Да си представят колкото се



ОЧАКВА ПРИНЦА

и всеки бизнес крие риск. И не всеки, който рискува, печели.

Ако искаме да разгледаме въпроса в по-големи детайли, тогава можем да имаме препоръчителни решения за типови ситуации. Например да си представим една подобна ситуация – развиващ се пазар, но който има незадоволено търсене, регулирана централизирана икономика и изолирала себе си политическа среда. На такъв

пазар несъмнено съществува голям глад за маркови грехи и обувки, технологични стоки... Разбира се, че хората ще купуват, защото от години мечтаят за подобни продукти. Именно затова в Китай има огромно търсене на автомобили, мобилни телефони, марково облекло.

Това е една типична ситуация, в която можем да предположим, че продукт от типа за масова

Трябва да се открие вярната корелация между продукт и пазар, но това не е толкова лесно и бързо

употреба ще се търси, и да решим да инвестираме в създаването му. Но за да има успех бизнес начинанието, това не е достатъчно. Трябва да се изследват много групи фактори като платежоспособност на потребителите, големината на пазара, възможността силни конкуренти да предложат своите стоки при по-добри от нас условия, предпочитанията на потребителите към конкретни продуктови характеристики. От всичко това зависи да насочим правилно инвестицията си в създаване на верния продукт, който със сигурност ще се купува.

Всяко решение в бизнеса е следствие на много внимателно пазарно и маркетингово проучване, ако искаме да намалим риска и да максимизираме вероятността за успех.

Друга типична ситуация – опит за навлизане на нов пазар с готов високо технологичен продукт. И в този случай не може да сме сигурни в успеха, ако предварително не сме проучили пазара и потребителите, за които ще е предназначен нашият продукт. Не става просто да решим и да започнем да изнасяме стоки някъде, защото имаме усещане, че там те ще се търсят. Дори това да са последно поколение високотехнологични продукти, които гругаде се радват на добри продажби.

Именно затова не може да се говори кое е първично и кое – вторично. За всеки пазар си има продукти и обратното.

Трябва да се открие вярната корелация между продукт и пазар, но това не е толкова лесно и бързо. Затова има маркетинг специалисти. Именно те могат да помогнат както за навлизането на нови пазари, така и за създаването на нови продукти.

една монета

може по-добре своите бъдещи клиенти, ако е възможно, да се срещнат с тях, да прекарат известно време заедно и да ги „почувстват“

✓ Да

решат какъв бизнес ще гледат - такъв, който искат да продават на някой „голям“

в подходящия момент, или да

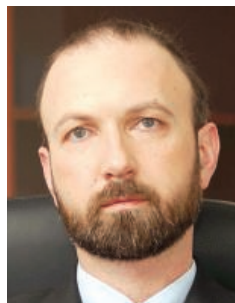
развият своя компания, защото стъпките към успеха са различни за

двете концепции

✓ Добре да си изяснят мястото на своя бизнес в цялата верига на доставка до клиентите и да проучат целия процес. Ако планират изграждане на собствена винарна, ще трябва да са наясно с всичко - от отглеждането на грозде до продажбите на вино на гребно

✓ Ако не познават добре бизнеса, в който искат да се развият,

Стефан Димитров:



я, да търсят съвети на топспециалисти (по-добре един скъп, но изключителен експерт, отколкото няколко евтини посредствени съветници). Дори получените съвети да не са 100% приложими, консултантите ще задават въпроси, за които новак няма как да се сети, но отговорите ще са важни за постигане на успех

✓ Да обмислят как ще бъде организирано обслужването на клиентите преди, по време и след покупка, защото това е критично за бизнеса като цяло. Фантастични идеи са били съсипвани от посредствено обслужване

✓ Да прогнозираят с максимална точност кога и колко би започнал да печели бизнесът им, за да си осигурят финансиране за времето на първоначално развитие, когато няма достатъчно приходи, и достатъчен приток на средства от продажби през следващия етап.

Най-добре продава онази реклама, заради която зрителят е готов да спре филма, уверява сценаристът Генчо Генчев

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

„Разбрах, че имам телефон, когато тя се обади“, „Веднъж да се разведеш и да ти потрябва жената“, „Не спира влака, спира шума“, „Оооо, Пепи!“, „Ти лепенето на мене го остави“ - тези рекламни реплики не се забравят, когато всичко се прави с мечта и... с пари. Тогава рекламата не е досада, която нахлува в твоя свят през телевизора, а е удоволствие, което може да качиш и на смартфона си. Оттам може да изскочи дори рекламен уестърн, който няма нужда от гуми, защото всички разбират неговия универсален език. Зрителят се радва на майсторското изпълнение, сбрано между две мигвания на клепача, и е готов да спре филма, за да види ефектната реклама.

Сценаристът Генчо Генчев направи

запомнящи се клипове

и вече преподава творчество в рекламата в два университета. Той с часове може да говори и за лекотата, с която при него идват идеите, и за спънките в тяхното осъществяване, ще обясни тънката разлика между рекламата като изкуство и като занаят. Генчо Рекламата,

Между две

както го наричат в артистичните среди, неусетно ще ви пренесе в света на въображението, но може изненадващо да ви хвърли в действителността: „Икономията в икономиката е най-вредното нещо. Това с пълна сила важи и в рекламата. Вече няма изказ, всичко е фотопшоп и излъсканост, свежена до елемент-



МИГВАНИЯ

тарност. Притеснително е, че се убива творчеството. Има дори рекламисти, които твърдят, че рекламата не е творчество, което е и най-голямата заблуда. Щом е свързана с телевизионен изказ, значи и тя е изкуство. Но когато изкуството се мачка и се гуши с две ръце, не получава само писък на отчаяние...”

Като сценарист Генчо Генчев бяга от делничните неща и намира

убежище в киното

където живее своя друг живот. Постоянно оскърбяваме това, което свише ни е дадено, затова той предпочита вълшебството на седмото изкуство: „Когато се твори и се създава, артистите дават духовната си душа. Дори и в най-слабата постановка или филм може да има нещо, което да ти влее сили и да стане твоя опора в трудни моменти. Това е красивото, всичко друго джъбът го измива и го забравяме бързо.”

Генчо Генчев счита за своя рожба марките „Леки”, „Перелик”, „Томи”, „Бяла мечка”. Разпространението им започва заедно с рекламата и заради въздействащите клипове хората бързо научават продуктите и започват масово да ги търсят. Зрителите различават кое е направено с любов и все повече се отвърщават от беззарието, с което ги залива морето от тв канали. Едни и същи хора правят едни и същи клипове: появява се

щастливото семейство

и разликата е само в това, дали яде лютеница, шоколад или кренвирши, дали гледа телевизия, или взема ипотечен заем. Едно и също! Обидно е сто продукта да се представят по калъп.

Ето как Генчо Генчев създава един рекламен сценарий: „Не разчитам само на таланта, който ми е

от Бог, а правя голямо проучване за продукта. Сравнявам го с конкурентните стоки и производства и се стремя да изпъкне нещо, което зрителят после да разпознава всеки ден, вървейки по улицата, влизайки в асансьора, закъсвайки в него, влизайки в мола, загубвайки се там... В рекламата трябва да се показват не само хубавите неща. Тя не е само страхотни цветове и разкош. Когато се гопреш до истинското творчество, имаш друго усещане. Мона Лиза е рисувана от Леонардо седем години и тя до ден днешен е като светиня. Всяка песен на „Бийтълс” е правена така, че и днес вълнува. Когато правиш

едночаски, дори не еднокдневки

никой няма желание да ги гледа втори път.”

Често го питат колко време му трябва, за да направи една хубава реклама, а той се шегува, че не може Мона Лиза да е нарисувана за два дни и да е руса. Приканва да проявите малко търпение, да почакате и клипът ще стане изненадващо приятен, като ще го получите точно навреме. Иначе може да имате рекламата много бързо, а след първото излъчване ще се пипате защо сте си хвърлили парите. Но производителят обича да го ласкаят и да чува колко е хубава бирата му, колко е вкусен саламът и това става част от самата реклама. Според рекламния спец съвсем други неща са важни и ако предприемачът се съгласи да бъдат показани в клипа, неговият продукт би могъл да изпъкне: „Кога ти липсва нещо? Когато го нямаш. Ако един човек е без една ръка, веднага забелязваш, че нещо не му достига. Ако го покажеш с пет ръце, идва в повече, но рекламата рядко се съобразява с това правило.”

Клиентът трябва да се говори напълно, да прояви разбиране, ако

На глас



Сивата икономика и сините зони

Вече близо 15 години сме във валутен борд и недоумявам при това положение за каква икономика говорим. Още повече, че единствената икономика, която съществува и с която българинът едва-едва преживява, доколкото знам, е сивата, а искат и нея да унищожат. Не говорим за онези, които си купуват бентли и вертолети. Просто трябва да се избира по-малкото зло, още повече че тези пари се вливат в общия поток и държавата им взема 20% ДДС. Може да е сива, но е икономика, а като я убият, хората съвсем изпадат в сивота и безнадеждност. Казвам това, макар да знам, че като творец няма да ме чуят. И не виждат ли, че този народ осиротява откъм добрина? Същото е със сините зони за паркиране, с тях по време на кризата поставиха нова пречка на съгражданите си. Големите политики на Запад създават проблем, който после самите те решават, и хората са доволни, че са избегнали ада. У нас обаче само ни заливат с проблеми, без да ни предложат решение. Българинът иска нещо да стопли душата му, той също чака жеста на загриженост и внимание. Политиците може да вземат с двете ръце, но поне да дават с едната. Да си добър политик, не е чак толкова трудно, просто трябва да знаеш как да направиш жест на хората. Ако бях политик в България, трябваше да ходя непрекъснато с наведена глава и да ми шият по-широка яка на ризата, за да си крия очите.

иска резултатите да не закъснеят. Генчо обича всички свои реклами и

няма една-единствена „Мона Лиза”

която да открие. Според него най-сполучливи все пак са онези, които са най-добре разбрани и заснети от режисьора. Рекламата за „Македонска наденица” е снимана четири дни в с. Ковачевица. Там е правен и сериалът „Мера според мера”, а за тази „няма и минутка” е ползван същият реквизит. Това е специалното желание на сценариста, който по онова време е криейтив директор в „Бела”. Знаел, че когато се мери с такъв голям аршин, сметката ще е доста по-голяма, но бил убеден, че си заслужава парите. Актьорите оценяват, че седят под същото дърво, че и същите птички може да им пеят. „Това е магия, която кара и артиста да се раздава, както аз съм се раздал, докато пиша сценария, а като се раздаде и режисьорът, както стана с Димитър Митовски и Камен Калев, се ражда нещо красиво и истинско и рекламната звънка.” Героите в този клип твърдят, че „с тази наденица в историята ке влезем”. Това се и получава – тази реклама влиза в историята на рекламната. После и други я копират.

Във всеки сценарий Генчо Генчев залага нещо предизвикателно, а когато и другите добре си свършат работата, се получава

продукт, който усмихва

В някои от клиповете включва анимация и така рекламните на маргарина „Томи”, „Лудогорско пиле”, „Фервекс” стават още по-въздействащи.

Уилям Шекспир казва, че „светът е сцена”, а Генчо Генчев добавя: „Тогава какво по-хубаво от това, да си сценарист.” Той отдавна е готов със сценария на „Оркестър без име II”, но пари за реализацията му все още не са намерени. Междувременно актьорът Велко Кънев си отиде, така безвъзвратно си заминават и много други неща: „Когато изкуството започне да се дели на наши




и ваши, то се превръща в битак, на който не се продават стойностни неща.”

Животът на твореца е белязан от страданието, че много от идеите му остават нереализирани. „Най-трудните моменти са, когато не ти вярват, и хората с парите не застават за теб. Нищо не става само на добра воля и на добра гума. Дори само желание да имаш, пак ти вземат ДДС-то”, отсича Генчо.

Генчо Генчев умее да оцветява събитията, разказите, проектите и да прави света колоритен. Той всичко може да превърне в сценарий. В главата му са фрази и диалози, които са шарени като великденски яйца. Те може да оживеят на екрана, ако бюджетите не се оръзват като бельо на стриптийзърка.

Често възложителите го хвърлят на „кладата на недоверието” и питат къде е чашата с бира, не може ли парче салам да се отреже в кадър... В неговата реклама обаче не се твърди, че наденицата е хубава. Рекламният му продукт вече е забелязан, а дали наденицата ще влезе в историята, зависи само от производителя.

Когато непрестанно му отнемат нещо, обикновеният човек започва да се радва на хубавите реклами, защото някой специално го поздравява от екрана. Но повечето са направени така, сякаш светът се върти само около техния продукт. А на монополистите какво да им рекламираш – със или без реклама за потребителите те нямат алтернатива. Бръкнали са ни толкова дълбоко в жуба, че усещам космите под мишниците им, завършва в свой стил сценаристът. 

ГЕНЧОВИЗМИ

- ✓ Нека мечтите да са попътен вятър, а здравето да е платна.
- ✓ Не бива да пестим от големината на мечтите си.
- ✓ В този живот като не можеш да направиш филм, отиваш на кино.
- ✓ Разделението е огромно: празен поглед – пълно портмоне.
- ✓ Всеки има нужда от потупване по рамото, не само когато има пърхот на ревера.
- ✓ Рекламата на българските продукти трябва да е наша, родна, и така да влиза в ума и сърцето на зрителите.
- ✓ Приятно е да си сценарист, животът ти не се изтърква, защото всеки ден се появяват нови герои.

Max Media



Направи си сам играчка



Днес е много лесно да бъдеш технологичен, уверява основателят на „Роботев“ Симеон Янчев

ТАТЯНА ЯВАШЕВА

Кое ли може да накара един арабист, вместо да превежда „Приказки от 1001 нощ“ или да помага в комуникацията на бизнеса с арабския свят, да направи фирма, която „телепортира“ технологиите в настоящето? Ще попитаме „Роботев“... Ако искате „бъдещето“ да влезе във вашия дом или офис, не го чакайте на дивана в хола или пред монитора, а посетете www.robotev.com. Ще намерите интересни идеи, които ще събудят въображението ви. Не е нужно да сте технически гений, за да се увлечете по приложната роботика и електроника. Ако сте човек на изкуството, „Роботев“ може да е бързият начин да влезете в ерата на дигиталните технологии.

Микроконтролери и сензори за влажност, температура, осветеност, разстояние, натиск... Всичко, което може да почувстваме със сетивата си, има аналог

в електрониката. С тези компоненти всеки сам би могъл да превърне дома си в

технологична къща

стига да има малко желание и повече сръчност да се занимава с това, уверява Симеон Янчев, основател и управител на „Роботев“. Все повече стават хората по света и у нас, които се интересуват от приложната електроника. Елементите, които се използват, стават все по-лесни за използване и все по-достъпни като цена. Конкуренцията между производителите стимулира всеки от тях да прави максимума, за да станат удобни за потребителите. Това сваля „летвата“ и непрофесионалисти биха могли да създават впечатляващи устройства и системи, без да е нужно да имат техническо образование.

Има например хора, чиято манция е да

превърнат дома си в съвършеното място за живеене, при това с минимум разход на енергия. Някои са с афинитет към екзотиката и сами си

изобретяват какви ли не чудатости

Когато седнете на дивана, може да се действат най-различни системи – да светне специално осветление, да засвири музика, телевизорът да се включи, пиетието да се сервира. За мнозина е обичайна практика, когато не са вкъщи, по мейла автоматично да получават информация за случващото се в дома – за температурата, за работата на климатичната инсталация, за осветлението. Някои правят сложни, а други по-прости системи за управлението на отоплителните уреди. Има и ентузиастични, чието хоби е да съглобяват малки мобилни роботи, които извършват предварително програмирани действия. Разни хора, разни приложения...

Първото бизнес начинание на Симеон Янчев е издаването на списание за скейтборд през 1997 г. Тогава е все още студент. Препъникамък за него и приятеля му, с когото заедно подготвят изданието, се оказва ограниченият брой скейтбордисти в България. А и магазините, които предлагат подобно оборудване, са твърде малко. Превръщат своето хоби в бизнес, но изпреварват времето. За Симеон Янчев този неуспех се оказва трамплин към нови предизвикателства. Следва втори опит – този път пробва с търговия, но отново разбира, че силата му не е там. Изводът, който си прави, е, че ако се занимаваш с бизнес,

трябва да си му

напълно отгаден

Натрупаният опит го убеждава, че предприемачеството в България не е мисия невъзможна. По онова време не било скъпо, нито пък чак толкова трудно да създадеш своя компания и да развиваш дейност. Днес обаче не е така – месецът започва и големите разходи вече са налице. Нужна е четирицифрена сума, за да може една микрофирма да съществува.

Симеон Янчев е арабист по образование, а се занимава с роботика и електроника. Как става това, при положение че няма техническо образование? След като завършва Софийския университет „Св. Климент Охридски“, започва работа в компания, която прави медийни анализи и проекти. Паралелно разработват и софтуерен продукт, който да е в тяхно улеснение. Симеон има задачата да контактува с програмистите и да им възлага функционалностите, които да заложат в разработката. Но среща много трудности в комуникацията с тях. Среждал непрекъснатата им съпротива, а така и не разбрал дали иска невъзможни неща, или просто за тях всичко е трудно. Оправдания винаги се намирали: или ще им отнеме необосновано много време, или трябва компютрите да бъдат сменени с по-мощни. За да си обясни къде е проблемът, Симеон решил

сам да научи как се програмира

Изтегил си самоучители от интернет, но на шестия-седмия урок всичко му се сторило прекалено скучно. Междувременно роботиката го заинтригувала. Потърсил български онлайн магазин за компоненти, но не намерил нищо, освен един форум по роботика. Може и да звучи странно, но това била ситуацията през 2008 г. Симеон бил шокиран и си казал, че ако нещо не се промени, след 10-ина години страната ни ще изостане много в технологично отношение. Убедил се, че трябва да търси всичко

това в чужбина, но решил, че като поръчва за себе си, е добре да вземе компоненти и за други, които имат подобна нужда. Така без много да му мисли, отворил онлайн магазин. Започнал с 1000 лв. първоначална инвестиция. Покрай програмирането се научил как сам да си направи сайт и така със символични разходи стартирал поредния свой бизнес. Нещата потръгнали и преди две години наел и офис, тъй като дейността се разраснала, а много от клиентите предпочитали лично да си вземат поръчката, вместо да разчитат на куриер. Интересът се увеличил и Симеон започнал да организира курсове за използването на компонентите. В един момент Йордан Стоянов става негов партньор в бизнеса - той все още е студент в Техническия университет в София, но е

от кръвната група „предприемач“

Запознават се на състезание, което висшето училище организира. Напоследък все по-усилено работят по проекти на клиенти. Получават поръчки за разработването на най-различни системи за бизнес. Търсят ги и много рекламни агенции, за да реализират техните хрумвания.

Симеон Янчев не е инженер, но се справя така, както други с инж. пред името не биха могли. Казва, че е достатъчно да имаш желание, време, да знаеш английски и да умееш да използваш Google. При него идват студенти, които ще правят дипломна работа и трябва да сглобят нещо елементарно, но нямат никакви практически умения. Помага им, защото смята, че в ерата не технологиите не бива да чакаме някой друг да ни ги произведе.

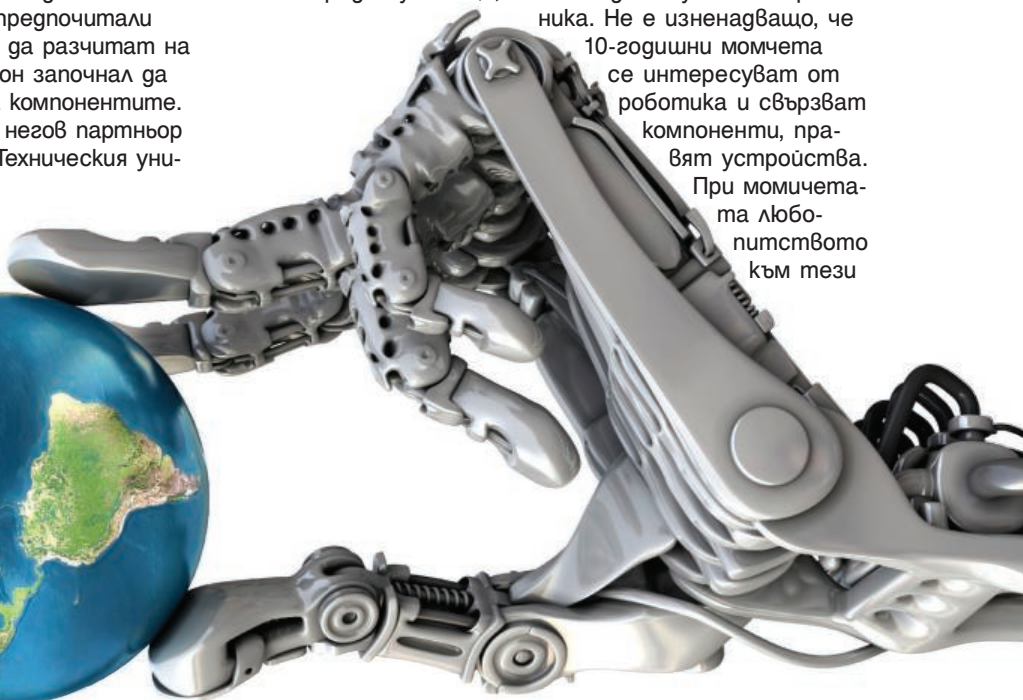
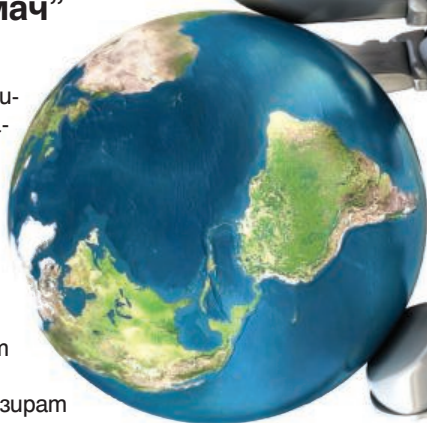
Популярността на „Роботев“ му отваря вратите и на Художествената академия в София и той започва да преподава

електроника за художници

В рамките на магистърската програма по дигитални изкуства. През 2009 г. получил покана да води това обучение, тъй като специалността е нова, и той е

първият, който учи студентите как да бъдат технологични и актуални във века на технологиите. Цената на компонентите днес драстично пада и тя вече не е преграда, за да създаваш емоции с „играчки“ направи си сам. Те намират най-голямо приложение в кинетичното изкуство и съответно в рекламата.

Симеон се нагява в близко бъдеще да има все повече средни училища, в които да се учи електроника. Не е изненадващо, че 10-годишни момчета се интересуват от роботика и свързват компоненти, правят устройства. При момичетата любопитството към тези



технологии идва след 16. Повечето от децата са креативни натури, занимават се с изкуство и за тях това е

още едно изразно средство

чрез което да реализират идеите си. Така например едно от момчетата е направило самоизтритващо се огледало – ефектът се постига с LCD телевизор, като махаш с ръка, „триеш“ образа от него. Постига се чрез обработването на видеоизображение. Сред добрите примери е младата художничка Албена Баева. Една от нейните инсталации е боксова круша, която като я ударил, на проектора на стената виждаш как блъскаш човек на изкуството и той крещи. Включила художник, сценограф, музикант. Снимала ги в дома си, а те крещели толкова силно, че съседите се изплашили и извикали полицията.

Електрониката все повече навлиза в бита, ще има все повече хора, които да се забавляват с такива изобретения въкъщи. В интернет има все повече информация за това как да накараш даден сензор да работи и как определено устройство да се задейства. Ако не беше глобалната мрежа, днес едва ли щях да съм на „ти“ с електрониката, признава Симеон.

Светът ще става все по-удобен за мързеливите. От това ще печелят онези, които им създават удобства. Симеон се бори срещу тази леност, като иска да подтикне хората да не си купуват наготово технологични гаджети, а да изпитат удоволствието сами да си сглобят. 🍷



Microsoft и Google отново влязоха във война. Този път двете най-големи компании от ИТ сектора ще се борят за доверието на потребителите, които използват електронна поща. Когато навремето стартира услугата Hotmail, бе напълно достатъчно просто да си направиш поща. И да си разменяш писма и снимки.

Когато обаче тръгна Gmail, на дневен ред излезе необходимостта да разполагаш с по-голямо виртуално пространство, където да качваш големи масиви с данни. Така към писмата и снимките се прибавиха цели албуми и видеофайлове, че и онлайн разговори, а размерът на „личното пространство“ в мрежата скочи до 1 гигабайт. Това създаде усещането у потребителя, че мястото в Нета никога няма да свърши. Кое то пък даде неподозирани възможности пред разработчиците, скочили като един в устрема си да предлагат все нови и нови екстри към добрата стара електронна поща.

Скоростта на предлагане нарасна до такава степен, че започна да обръква хората и някои от юзърите решиха да се върнат към по-забравеното писане на писма с молив или химикал на бял лист хартия и да използват услугите на добрата стара поща. Но в интерес на истината техният брой в XXI век е пре небрежимо малък.



Microsoft атакува Google с нова услуга с огромно пространство за писма, снимки и документи. Чака се ответният удар.

Войната за електронната поща

АНТОН АНДОНОВ

Според експертите Hotmail все още преварва Gmail по брой ползватели. Пощата на Microsoft използват 324 милиона клиенти, а услугата на Google - 278 милиона. Но темповете на ръст на Gmail стреснаха не на шега хората заг Hotmail, които разбраха, че не могат до безкрай да разчитат на старата си слава, тръгнала от 1996 г. Анализаторите на Microsoft отчетоха, че младите хора избират конкурента им Google заради подобрената функционалност на услугата, а за тях остават традиционалистите и хората от средното поколение. Кое то в най-скоро време рискува да превърне пощата на Hotmail в услуга за баби и дядовци.

Реакцията не закъсня и на света буквално от нищото се появи новата пощенска услуга на Microsoft, наречена Outlook. Името съвсем не е избрано случайно. Всеки знае къде да намери изпратените от него писма. За компанията обаче това не е просто нова поща. Outlook.com е продукт, създаден не в зората на интернет, а в епохата на браузърната видеовръзка, облачните услуги и социалните мрежи.

В момента няма ограничения за хората, които ще изберат новата поща. На практика всеки може да регистрира каквото си иска име, което завършва с Outlook.com. Това накар предвидливите да запазят някои очевидно важни за Microsoft адреси като този на шефа Стив Балмър, например steveballmer@outlook.com, ballmer@outlook.com и donotreply@outlook.com. Най-вероятно с тяхното „обратно изкупуване“ ще се разиграе поредната рекламна кампания за новата услуга. Но и без

нея само за първите шест часа от старта на новата поща тя регистрира милионния си клиент.

Очаква се на новата платформа да се „закачат“ заедно с архива си всички ползватели на другите пощи на микрософтските домейни - msn.com, live.com и hotmail.com. Засега преходът към Outlook.com е доброволен, но от компанията не крият, че в най-скоро време ще извършат принудително заселване в новата територия на голямото семейство. Защото новата поща показва с една трета повече писма на екрана, има автоматичен сортировач на съобщенията, който прегазва от спам, и филтри за сортиране на кореспонденцията. Налице са директни връзки от пощата към конта-

ктите от Facebook и Twitter и файлохранилището SkyDrive, което предоставя 7 гигабайта пространство в облака. Така вместо да се прикачват в писмо, големите файлове до 300 мегабайта могат да бъдат качвани в SkyDrive, а до получателя на файла да пристига директен линк. Скоро в пощата ще бъде интегриран Skype, но най-голямата екстра за юзърите е обещанието на компанията, че няма да сканира кореспонденцията им за „ключови гуми“, които може да продава впоследствие на рекламодателите.

Всички новости и най-вече увеличеното 7 пъти пространство за клиентите на компанията на Стив Балмър трябва да дадат качествено ново предимство на Outlook.com пред Gmail.com. Идеята едва ли се приема с удоволствие от хората на Лари Пейдж. Как ще отвърне на удара от Google най-вероятно ще видим съвсем скоро. Но отсега е ясно – печеливши от войната между гигантите ще бъдат клиентите.





Вила Любимец

ЛОЗЯ И ВИНО

PAGANÉ

И до днес земите ни разказват легендата за жрицата Пагане, която нямала равна по красота и дарби и затова била изпратена да служи на Тангра. Вдъхновени от нея, създадохме вино, достойно за богове.



Награда от 10 млн. долара ще получи този, който успее да разгадае тайната на дълголетие. Призът е за учени, работещи в областта на генетиката, от които се очаква най-после да открият причината за човешкото стареене. Стартът на регистрацията на участниците в битката за милионите бе даден тези дни, а в научните среди

Битка за тайната



АНТОН АНДОНОВ

Официалният старт на Genomics X Prize ще бъде даден през септември 2013 г., а състезанието ще продължи 30 дни. Въпреки това учените още отсега запретват ръкави, за да направят най-прецизната технология, с която да анализират генома на столетници в търсене на ключа към тяхното здраве и дълголетие. До момента 100 души на възраст над 100 години са се съгласили да участват в проучването и да дадат свой генетичен материал на организаторите на

конкурса. Всички учени ще имат на разположение само 1000 долара, за да извършат изследването. Цифрата не е избрана случайно от организаторите на конкурса – счита се, че ако учените успеят да се „вместят“ в такъв бюджет, те ще извършат революция в изследването на човешките гени и ДНК, което в момента е много скъпо.

Първият екип, който протезна ръка към милионите, е от калифорнийската компания Life Technologies, начело с доктор Ротберг. Според него хората, които живеят дълго, имат редки изменения в гените, които ги предпазват от сърдечно-съдови и ракови заболявания. Ако генетиците успеят да разгадаят какви точно са тези гени, то откритието може

**Доктор
Джонатан
Ротберг**

✓ *Един от учените, разшифровало генома на човека*

✓ *Създател на портативни уреди за анализ на генома – персонален геномен апарат и йонно-протонен секвенатор*

✓ *Ротберг твърди, че двата уреда могат да разшифроват структурата на ДНК по-бързо и по-евтино от всички познати апарати до момента*



Екипът от учени, който открие причината за стареенето, ще получи награда от 10 милиона долара в престижен международен проект

Вече се завъртя и името на най-сериозния претенгент за премията – Джонатан Ротберг (Jonathan Rothberg) и ръководения от него екип от генетици, работещи по проект за изследване на човешкия геном. Но до края на месец май следващата година, когато приключва регистрацията на учените за наградата, всеки може да се включи в надпреварата.

НА ДЪЛГОЛЕТИЕТО

да отвори пътя към търсене на нови методи за лечение и продължаване на човешкия живот.

Стартът на надпреварата бе посрещнат нееднозначно от учените. Някои от тях изказаха съмнение, че толкова сбита извадка от генетичния материал само от 100 души е крайно недостатъчна, за да открие отклоненията сред 6 милиарда букви, описващи генома на човека. Търсенето на „източника на живот сред столетниците“ е добро начало, но дали анализът на техния геном ще бъде достатъчно надежден, продължават песимистичните разсъждения те.

Според г-р Ротберг анализът на генома дори на 100 човека е едно полезно начало, което ще даде само намек за отговорните за дълголетие гени. Разчита-

нето на тайните в 1000 проби би потвърдило догадките на учените, а 10 000 анализа биха били достатъчни за „обвиняването“ на гените, които причиняват сърдечни или ракови заболявания, допълва той.

На това мнение са и организаторите на конкурса. Генетикът г-р Крейг Вентър, който през 2003 г. за първи път разшифрова човешкия геном, смята, че темповете, с които днес се развива генетиката, са убийствени. Ако преди 10 години неговият екип е работил геномно, за да разчете генома, то сега това може да бъде направено за два часа с необходимата изследователска апаратура. Точно затова има смисъл от подобни конкурси, защото резултатите още повече ще

Българската следа

Български учени също изследват тайната на дълголетие. В момента екип от наши учени търси финансиране на проект, с който да бъде създадена база данни със столетниците у нас. Генетиците ще извършат пълни изследвания на суперстолетници - хора над 100 г. Те ще събират данни и за група на възраст от 80 до 100 г., която може да стане обект на изследване в бъдеще, но ще има и трета – контролна група от лица, на възраст от 30 до 60 г. Идеята на специалистите е не само да бъдат изследвани гените на столетниците, за да бъде разкрито различното в тях сред останалите, но и анализирани факторите на околната среда,

„виновни“ за здравословното стареене. Сред тях са хранителните навици, двигателната активност и начин на живот. В миналото Родопите са мястото у нас, известно със своите столетници. Техните родственици са носители на същите гени, което дава шанс на учениците да открият различните места в човешкия геном. Ако намери финансиране, проектът ще бъде реализиран в сътрудничество с генетици от 11 европейски страни и Китай.

Доктор Иво Кременски

✓ Професор по молекулярна биология и национален консултант по медицинска генетика

✓ Водец изследовател в 8 международни и 11 национални научни проекта

✓ Проф. Кременски смята, че за генетичните изследвания са необходими национална база данни и изследвания - генетичен регистър, ДНК анализи, които биха позволили да се прогнозира броят на заболяванията от редки болести и осигури адекватно и навременно лечение



Ако намери финансиране, проектът ще бъде реализиран в сътрудничество с генетици от 11 европейски страни и Китай.

ускоряват изследванията на учените, за да бъде разгадана тайната на генетичните изменения у човека, разкрит механизъмът на стареенето и следователно - тайната към дълголетие.

В момента не е известна функцията на голяма част от генома, не е известно и дали промените в него помагат за удължаването на живота, или носят рискове. Всеки ген излизат нови данни за неизвестната част от генома, която е 98%. Това не са гени, а места, за които се знае нещо. Техният брой е 2000 – 2500, известно е, че те предразполагат организма към астма или сърдечно-съдови заболявания например. С подобен конкурс за разкриване тайната на дълголетие ще бъде повдигната забесата, но няма да бъде показана картината, смята проф. д-р Иво Кременски. Националният консултант по медицинска генетика уточни, че изследването на гените е само едната страна на медала. Според него трябва да се обърне внимание и на околната среда, която оказва ежедневно влияние на местата извън гените. Продължителността на живота има смисъл само ако тя е изпълнена с качество на живот. Това означава живот без болести до 70-80 г., а не с един куп заболявания като остеопороза, високо кръвно налягане и сърдечни проблеми. Няма хапче, което може да те излекува от всичко това, но организмът може да се пребори с дефицита на енергия и да се предпази сам. Всъщност промяната на „програмата“ на организма е съществено в забавянето на процеса на стареене, но подобна промяна не става за 10 години, а за повече от 1000 години, допълва той. Всеки човек има около 22 000 – 23 000 гена, а геномът се състои от комбинация от наследеното от неговите двама родители, което превръща генома в комбинация от две по 3 милиарда букви.

В момента пълно геномно изследване може да бъде направено и в България. За да бъде достатъчно евтино обаче, трябва да бъдат събрани проби от много желаещи. В световен мащаб цена-



След откритията на генетиците в битката за дълголетие се включват фармацевтичните компании, които „атакуват“ слабото звено в генома и осигуряват така жадуваното от всички удължаване на живота. Борбата за „хапчето за дълголетие“ между тях е жестока, защото става въпрос за милиарди долари печалба

та на изследванията пада и скоро може да стане дори минус 1 долар, но цената на интелектуалния труд, биоинформатиката и софтуера, който обработва данните, не е ниска. Практиката обаче показва, че човек дори да осъзнава рисковете пред здравето, които респективно водят до намаляване на продължителността на живота, не е склонен да променя навиците си. Миналата година на 1600 души в САЩ е направено безплатно изследване на генома. Разчитането на резултатите на доброволците показва риска от заболяването им от рак, болести на сърцето и други. Шест месеца по-късно генетици провеждат контролно интервю с тях и с ужас установяват, че напук на откритите рискове нито един човек не е спрял да пуши или пие, нито пък е започнал да спортува. Това значи само едно – специалистите обясняват рисковете на хората, но промяната на навиците не зависи от тях.

България сега пише стандартите за генетичните изследвания. Те ще сложат ред в процеса, защото резултатите от тях са много чувствителни за всеки и могат да доведат до стрес и други негативни процеси у човека. Предвижда се изследванията да бъдат съобразени с три закона – за защита на личните данни, за

дискриминацията и за здравето. В такава нормативна среда се изследва рискът от заболяване сред 400 болести, от които 40 за най-честите видове рак. Ако при други изследвания има допустима грешка, то при генетичните такава е недопустима. Бременните жени могат да направят изследвания, с които да се оцени рискът за някои болести на бебето. За последните пет години точно броят на тези изследвания расте – и то в пъти, уточни проф. Кременски. До момента в Националната генетична лаборатория (НГЛ) са изследвани около 75 000 жени, при които съществува риск от раждане на дете с болест на Даун или други хромозомни аномалии. То струва 25 лева. НГЛ работи в консорциум с още пет лаборатории в страната - във Варна, Пловдив, Плевен, Стара Загора, които работят с общ сървър и система за качествен контрол. Целта е да бъде осигурено качествено, бързо и достъпно за всеки изследване. Това включва и изпращане на проби по пощата, за да се спестят пътните разходи до София на нуждаещите се. Крайно недостатъчни са и специалистите по медицинска генетика, които у нас са едва 15, допълни проф. д-р Иво Кременски.



Безсмъртие и Аватар и на човека обещава руският изследовател Дмитрий Ицков

В търсене на вечния живот

Експеримент ще превърща робот в човек до 2045 година

АНТОН АНДОНОВ

30 учени в екипа на Дмитрий Ицков се заканиха да открият безсмъртието. В близкото десетилетие те ще се научат да присаждат човешки мозък в изкуствени тела на роботи. „Това е първият етап от постигането на човешкото безсмъртие. Нашата цивилизация се разви толкова много, че вече е в състояние да накара машината да мисли с човешки мозък. Тази идея не е на луд човек, нито на фантаст, а на учен, който е убеден, че тя може да бъде осъществена. И то в обозримо бъдеще”, твърди руснакът.

За да реализират проекта си, учените ще открият офис в Сан Франциско, който ще свържат със свои колеги от цял свят – най-добрите в областта. Очаква се в работата на международния център по антропоморфна роботика да се включат 2045 специалисти. Освен с роботите те ще бъдат „на ти” със системите за моделиране на мозъка и съзнанието и ще опитат да прехвърлят индивидуалното съзнание върху изкуствен носител, за да се постигне кибернетично безсмъртие”, допълва 31-годишният Ицков.

Вторият етап в еволюцията на робота до истинско човешко същество е създаването на „ново човешко съзнание”. Хората не искат да умират, затова екипът на руснака ще им помогне да станат без-

смъртни, обещава сайтът 2045.com.

Следващата стъпка в усилията на науката е да се създаде нов орган за човешкото съществуване. Той ще има перфектен интерфейс на мозък-машина и ще даде възможност за живот на мозъка извън тялото на човека. Това е необходимо, за да се прескочи етапът на „присаждане” и да се отиде директно към производството на роботи с човешки мозък.

Третата фаза ще бъде създаването на изкуствен човешки мозък, твърди изследователят. За целта ще бъдат впрегнати усилията на учените, които трябва да направят изкуствен модел на всичко, което електроенцефалографите засичат като процеси в главата на живия човек. Измерването на мозъчните вълни с ЕЕГ апарат отдавна позволи на учените да „виждат” това, което е вътре в главите на хората, но сега технологията трябва да помогне да се създадат роботи аватари.

Крайната цел на руснака е да бъде създаден изкуствен човек, който да има холографско тяло. Холограмите имат прекалено много предимства. С тях преминаването през стени е детска игра, а движението със скоростта на светлината е просто забавление, допълва Ицков.

Той разчита на съвместна работа с екипа на американската военна служба DARPA (Defense Advance Research Projects

Agency). Агенцията е към министерството на отбраната и се занимава с най-строгите пазените проекти, които военните отвъд океана разработват. Бюджетът на Пентагона за техния проект „Аватар” е в размер на 7 млн. долара. Проектът на военните е насочен към разработката на интерфейс и алгоритми за управление на кибервойник, който ще изпълнява рисковани задачи вместо солдъра на редовна служба.

Милиардерите могат да си купят безсмъртие. Техният мозък ще бъде трансплантиран в тялото на робот, стига да поискат и заплатят, разбира се. И това не е научна фантастика, а съвсем близка реалност. Тя може да стане факт през следващите десетина години, обещава руският учен и изследовател в hi-tech технологиите Дмитрий Ицков. Той е нарекол проекта си „Аватар”, също като знаменития филм на Джеймс Камерън.

Проект 2045 Аватар: Основни етапи по години



АВАТАР D 2040 – 2045
Изкуствено тяло - холограма

АВАТАР C 2030- 2035
Изкуствено копие на човешкото тяло, в което се пренася съзнанието на реален човек в края на неговия живот

АВАТАР B 2020 – 2025
Изкуствено копие на човешкото тяло, в което се пренася мозъкът на реален човек в края на неговия живот

АВАТАР A 2015 – 2020
Изкуствено копие на човешкото тяло, което се управлява с помощта на невронен интерфейс

Хероин



без болка

Учени направиха синтетична дрога, която не предизвиква зависимост, а създава в мозъка реакция като при различни емоции – прегръдка или похапване



АНТОН АНДОНОВ

Хероин, който не предизвиква зависимост, създаде екип от американски и австралийски учени. Те успяха да проведат експеримент, при който надрусаха плъх и наблюдаваха несъразмерните реакции на главния мозък, подложен на въздействието на определени химически субстанции.


Хероинът е на път да върне славата си само на упоиващо вещество, към което няма да се развива зависимост, обеща екип от учени от университетите в Аделаида и Колорадо. Съвместната работа на австралийци и американци, заели се с амбициозната задача, е на крачка от успеха. Общите усилия на учените изобретиха наркотично вещество, към което не се развива зависимост. Така първоначалната идея хероинът и другите наркотични препарати да се използват само с благородни

цели и единствено за успокояване на болки може да възкръсне. Защото в момента наркотичните препарати притъпяват сетивата, но развиват зависимост у хората, които ги употребяват.

Реабилитацията на наркотикосъдържащите лекарства ще дойде съвсем скоро, твърдят учените, цитирани от Journal of Neuroscience. Според тях тайната на разрешените и неразрешените наркотици – от цигарите през кафето та до хероина – се крие в рязкото повишаване на нивото на допамин в организма на човека. Допаминът е вещество, което предизвиква чувството на удоволствие в главния мозък. Когато организъмът привикне към извърлянето на допамин, се развива зависимост към различния вид наркотик, уточняват учените. В случая със синтетичната дрога има и допълнителен фактор, който също трябва да бъде отчетен. Организмът реагира на синтетиката като на вирусна атака и отделя антитела, срещу които да се бори, допълват те.

Пробиът на учените се състои в сполучливо проведения опит, при който те успяха да направят „съюз“ между хероина и антитялото, произвеждано от организма, наречено TLR4. Този съюз кара организма да започне свръхпроизводство на допамин, който на практика поражда зависимостта.

Експериментът на учените с надрусан с хероин плъх, който впоследствие е третиран с препарата „Налоксон“, дали удивителен резултат. „Налоксон“ е най-разпространеното вещество, с което се лекува предозиране с наркотици. Опитът показал, че „Налоксон“ се съединява с хероина вместо антитяло. В резултат реакцията на главния мозък към подобен „свързан хероин“ е много лека. Почти същата като при хранене, секс или силна прегръдка, уточняват университетските учени

Всичко това означава, че препаратът „Налоксон“ може да се използва за лечение на наркозависимост, а хероинът, който притежава силен обезболяващ ефект, ще върне славата си на безопасно и неразвиващо зависимост лекарство, допълват те. 

Royal Castle



Идеалният обект за бизнес срещи и отдих Ви очаква!

Конферентните зали на хотел „Роял Касъл Хотел & Спа“ са перфектното място за Вашето корпоративно събитие, семинар, конференция, обучение. Изключителното качество на оборудване прави залите на „Роял Касъл“ Ваш най-добър партньор в бизнеса. А след това имате възможност да се потопите в свят на красота, създаден заради здравето!

Подарете си мигове на спокойствие и уют и оставете напрегнатото ежедневие зад себе си! Седем стаи за Спа терапии, Душ Виши, Хамам, Солено езеро и много други преживявания, създават перфектен оазис за релакс и възстановяване на тялото и духа!

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

Устремът на чайката



Европа полудя по младежките линии на Hollister Co., превърнали американския сърф стил в масов модел за подражание

Магазин в мола, който прилича на кацнала на брега на океана къща. На входа те посреща усмихнат мъж, омотан в едва забележими тънки жички, говорещи, че освен портierer, неговата работа е да пази спокойствието на пазаруващите в Hollister Co. (HCo). В къщата гърми електронна музика със сила най-малко 80-85 децибела, от която почти не чуваш мислите си. Огромни екрани показват сърфисти и акули, плувци в океана, а в сумрака на специални витрини са изложени стоките на най-модерната в Европа марка. Млади, усмихнати, страхотно облечени момичета и момчета са готови да помогнат в избора на секундата, а отказа да си тръгнеш без тениска, гънки, блейзер или парфюм приемат със задължителната усмивка. Дори и да си ангажирал вниманието им в последния час. Защото знаят, че марката е за хора с повече адреналин и достатъчно дълбок джоб.

АНТОН АНДОНОВ

Мајкъл С. Джефрис знае как се управлява успешна фирма. Изпълнителният директор на Hollister Co. ръководи с желязна ръка компанията от юли 2000 г., когато марката стана част от не по-малко известната Abercrombie & Fitch Co., от кабинета си в Ню Олбани, щата Охайо, САЩ. Основната тема на бранда – SoCal (Southern California) продължава да е водеща за младежите между 14 и 18 години. Чайката на Hollister Co., превърнала се в символ и отличителен белег на всички техни продукти, продължава да лети все по-сигурно и в правилната посока в ежедневните облекла. Въпреки икономическата криза в света, 578 магазина в САЩ, Канада, Великобритания, Италия, Германия, Испания, Ирландия, Швеция, Хонконг, Франция, Белгия, Австрия осигуриха за 2010 г. приходи от 1,553 млрд. евро.

Hollister Co. успя да направи онова, което политиците се опитват винаги, но рядко успяват – да покажат и направят привлекателен за обикновения човек американ-

ския начин на живот. Компанията стартира с идеята да привлече клиентите на възраст 14-18 години с високо качество и по-ниска цена от всичко предлагано на пазара. Темата SoCal, характерна с интересните си картинки, разкриващи ежедневието на сърфистите и хората в Южна Калифорния, започва да се появява все по-настойчиво на тениски, ризи и гънки за тий-нейджъри. С дрехите на модната марка най-верните привърженици на удобните и в същото време модерни ежедневни облекла остават повече от доволни. На всичкото отгоре стоките са на разположение освен в магазина и онлайн в интернет, защото компанията се развива заедно с развитието на технологиите. Това я превръща във втората най-предпочитана марка за облекло в САЩ сред тий-нейджърите.

Историята

Както всички марки в империята Abercrombie & Fitch Co., и Hollister има своята история. Тя е свързана с името Джон М.

Холистър. Като типичен младеж с приключенски дух той прекарва детството си, занимавайки се със спорт във водите на Мейн. През 1915 г., едва 21-годишният младеж завършва университета в Йейл. Напук на очакванията на родителите си, вместо да се заседи в удобно кресло в някой кабинет в Манхатън, той избира да замине за Индия. Младият мъж сменя няколко парахода, но накрая пристига в холандската част през 1917 г. Тук купува каучуковата плантация на холандеца Грегъри ван Гилдър и безумно се влюбва в гъщеря му – Мета. След време тя става жената на живота му. Бизнесът обаче не се харесва на Джон, който скоро продава плантацията и с половината от парите купува 15-метрова лодка. На борда ѝ през следващите 2 години двамата с Мета кръстосват южната част на Тихия океан. Двойката се жени през 1919 г. в Лос Анджелис и през следващата година семейството се увеличава с още един член - Джон М. Холистър-младши. Краят на пътешествията по морета и океани е сложен две години по-късно – през 1922 г., когато бащата основава Hollister Co. в Лагуна Бийч.

В началото компанията залага на продажбата на „съкровищата на южната част на Тихия океан” - ръчно изработени мебели, бижута, бельо и артефакти от всички острови. Когато през 1957 г. управлението на семейната



Стоките са наредени по щендери и рафтове от тъмно дърво, обградени от палмови дръвчета, и буквално приканват купувачите да ги отнесат до касите.

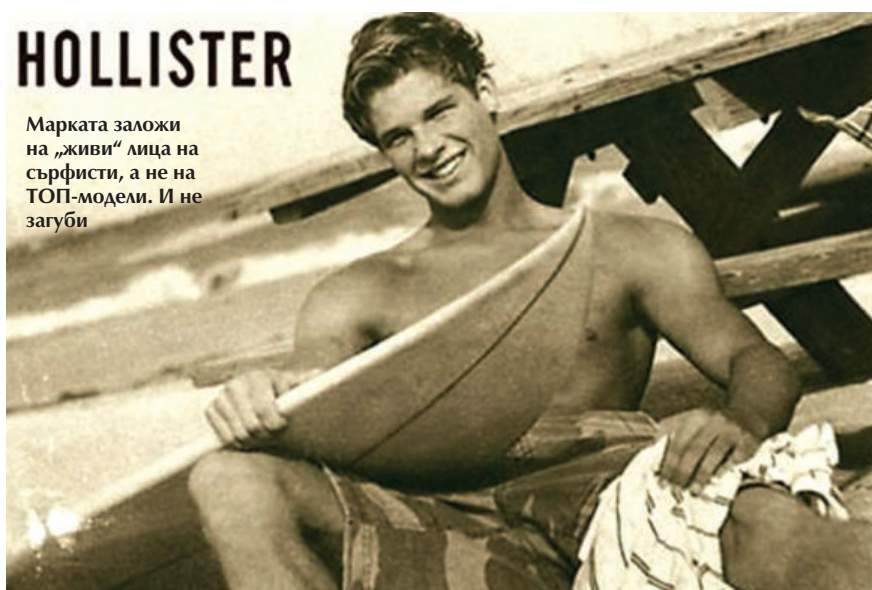
фирма отива в ръцете на Джон М. Холистър-младши, той започва станалата емблематична впоследствие линия на фирмата – производството на облекло и оборудване за сърфисти. Abercrombie & Fitch Co. наричат историята на тази марка „една страстна история за младостта и любовта към морето, облечена в хармония от романтика, красота и жажда за приключение”. Точно това определение превръща в началото на XXI век. Hollister Co. в разпознаваемата днес марка. Всъщност всеки обект на бранда е проектиран така, че да симулира усещането за купувача, че се намира в магазин за сърфъри.

Първият такъв магазин на компанията е открит през юли 2000 г. в щата Охайо, а продажбите вече се съсредоточават върху деца от 11 до 17 години. Пет години

по-късно започва международната експанзия на чайката. Началото, разбира се, е насочено към Канада, където обаче не всичко върви по мед и масло. Hollister Co. искат да открият първите си два магазина в Торонто, но строителството се забавя и компанията стъпва на пазара в съседната гържава година по-късно. Това охлажда ентузиазма на американците, които едва през 2009 г. продължават експанзията си на север. Тогава идва ред на магазините в Алберта, Онтарио и Ванкувър, за да станат през януари 2009 г. 29 на брой.

Успехът

Успехът на марката не закъснява. Продажбите скачат с всяка изминала година, което кара компанията майка Abercrombie & Fitch Co. да отдели 10 милиона долара от 2007 г. насам само за инсталирането на видеосцените във всеки магазин на Hollister Co. За да направи още по-осезаемо усещането, че се намиращ на някой от плажовете на Калифорния или направо в градчето на сърфистите - Хънтингтън. Нещо повече - магазините освен стоки в стил SoCal започват да показват директна картина от плажовете на Хънтингтън Бийч. Парите за инсталирането на камерите, разположени на брега на океана, са гадени от Hollister, а маркетинговият хог увеличава интереса към марката и броя на магазинните го 100. Експанзията продължава с предлагането от 2008 г. и на голямо разнообразие



HOLLISTER

Марката заложил на „живи“ лица на сърфисти, а не на ТОП-модели. И не загуби

на продукти за грижа за тялото, включително спрейове, дезодоранти, сапуни, лосиони и балсами за устни, наречени Sessions.

Така съвсем закономерно идва ренд и на първия магазин в Европа. На 25 октомври 2008 г., след успехите в САЩ и Канада, идва ренд на Brent Cross в Лондон. Само два месеца по-късно нови два магазина отварят врати в Обединеното кралство - в Westfield и в луксозния търговски център Bluewater.

Още на следващата година компанията открива трети магазин. Той отваря врати извън Лондон - WestQuay Shopping в Саутхемптън. Манята по марката набира скорост, за която всяка компания може само да мечтае, и през 2010 г. магазините само на Острова вече са 12. Географията им се разраства и достига градовете Шефилд, Норич, Бирмингам, Манчестър, Нюкасъл, Стратфорд и Рединг.

Но и Великобритания отеснява на Hollister Co., които продължават експанзията си към Барселона и Мадрид, Рим, Берлин, Франкфурт, Оберхаузен, Хамбург, Лудвигсхафен, Нойс, Кьолн и Дрезден, Париж, Стокхолм, Брюксел и Виена. Минатата година компанията отвори първия си магазин в Дъблин, Ирландия, и в Дортмунд, Германия. През тази предстои да отвори врати търговски обект във Варшава, а догодина е голямото откриване в Даг Хааг в Холандия.

Маркетингът

Новата маркетингова стратегия на HCo. стартира през май 2009 г. с краткото „Epic Store Hollister“. Но компанията и всички нейни продукти вече се продават на RideTheWave.com, а шопинг порталът предлага и електронни картички, уолпейпъри и скрийнсейвъри за сваляне, и таймер с обратно броене, който показва времето до откриването на поредния магазин.

Уникална за Hollister Co. е идеята за използването на техниката на „самостоятелно ходещия маркетинг“. Тайната се крие в огромните фирмени надписи, които са превърнати в елемент от облекло-

то. Така всеки клиент на марката се превръща в подвижна нейна реклама. На всичкото отгоре тя е ходеща, говореща, показваща, провокираща и ефективна. Защото няма по-добър начин за повишаване на продажбите от директната реклама, а когато тя се прави от доволни клиенти - продажбите са обречени на ръст.

Силата на ефекта на тази реклама расте също както силата на вълната, приближаваща океанския бряг. Тя е най-добра секунди преди да се разбие в брега и разлее към почиващите на плажа, които са обречени да се намокрят от капчиците вода. На нейния гребен се носят продуктите на Hollister Co., които обещават да зарадват всеки, гръзнал да яхне вълната. Всички грехи на марката имат големи бродежи или скрийнпринтове с името на марката, инициали, измислени гати или стилизираното лого на компанията - чайката. По същия начин са направени и пазарските чанти на марката, които се отличават отдалеч и със сигурност предизвикват рекламен ефект.

Умната маркетингова стратегия прави излишна печатната или мултимедийната реклама на бранда. Но в същото време тя непрекъснато се променя, за да гържи интерес на клиентите буден. Така се

раждат панорами с картинки и от групи известни плажове за сърфисти освен от Калифорния - от Австралия, тихоокеански острови и екзотични места като Хавай например. Таргетът на компанията се насочва към децата в предтинеиджърска възраст, а стоките за тях са с 20% по-евтини от цените на подобни грехи, продавани от компанията майка Abercrombie & Fitch.

Дрес когът

Hollister Co. налага ужасно тежки изисквания към външния вид на своите служители. Те са принудени да спазват определен фирмен дрес ког. Служителите трябва да бъдат облечени задължително във фирмени грехи на Hollister. Жените нямат право да се явяват на работа с тежък грим и накичени с бижута. Всичко по тях трябва да бъде стилно и семпло. За момчетата носенето на каквито и да било бижута е забранено. На момичетата е позволено да носят чифт обеци, които трябва да бъдат задължително с камъни. Облеклото е тъмносиньо, сиво или бяло, с допълнителен цвят, например зехтин или бордо, добавяни в зависимост от сезона. За сметка на ограниче-



Къща за сърфисти в мола - успешната стратегия на компанията накарва хората да извират огромни опашки пред нейните магазини

нията Всеки служител има право да купува определени продукти с 50% отстъпка. За летния сезон продавачите в магазините са задължително с ризи с къс ръкав. Абсолютно забранено е да се носят черни грехи. За предпочитане е жените да носят тъмни тесни гънки, желателно е те да са марка Hollister, но ако не са - фирмените им емблеми трябва да бъдат прикрити.

Мъжете също трябва да носят фирмени гънки и да спазват същите правила, както и жените. Те трябва да се носят чисти, с професионална прическа и гладко избръснато лице. Компанията забранява на своите служители да носят обувки, чиито цвят е различен от бял, син или кожа флип флоп, както за мъжете, така и за жените. Ако служителът иска да носи маратонки, единственият приемлив вариант са ванове в сив цвят. Всичко във външния вид но хората от компанията трябва да бъде чисто и професионално изглеждащо и е предмет на ежедневно одобрение, пише във вътрешните правила на Hollister.

Магазините

Магазин в магазина. Такава е стратегията на специално проектираните за Hollister Co. търговски обекти. Целта, разбира се, е да се стимулира интересът и да се пресъздаде плаж в закрит мол. Екстериорът включва кепенци на прозорци, които отвътре са осветени със специални проекти. Металикът на алямата и трите стъпки, водещи до входа на магазина, са задължителни, а ниско висящият полелей на верандата на всички магазини създава домашна атмосфера и уют. Интериорът на магазина е скрит от външни погледи. За да разбереш какво се продава зад капачите на прозорците, трябва да изкачиш трите стъпала и да влезеш вътре. За хората с увреждания са изградени специални линии, които улесняват достъпа им до магазина, без да се налага използването на стъпалата. Входната врата „полягва“ пред тях, за да им осигури платформа, по която да преминават и така да се



озоват света на Hollister.

Търговската площ в магазина е разделена на отделни стаи, в които отделно пазаруват мъже и жени. Дясната половина е за мъжете, а лявата - за жените. Козметиката и касовата зона са изградени между двете стаи, които се огласяят от най-хитовите музикални заглавия за сърфистите в момента. Настроението на пазаруващите е залог за по-добри продажби, затова в магазините не жаят сили и средства, за да го осигурят на 100%. Всеки клиент сам може да избере какво да слуша в целия магазин. Достатъчно е да отиде до сензорния екран, разположен в касовата зона, и да направи избора на песента, която иска да чуе. Слабото, почти сумрачно осветление, наредените по ъглите големи кожени кресла, износените черги по гървения под и окачени вместо картини гъски за сърф по стените създават усещането за уникалност и тайнственост, характерна за посветените в тайнството на сърфинга хора. Hollister не са забравили и живата природа. Във всеки магазин има саксии с палмови гървчета, които надничат буквално отвсякъде. В централното помещение се намират касите и стоките с грижа за тялото. В „хола“ се продават и гъски за сърф, а ако опашката е достатъчно дълга - както обикновено впрочем, всеки може да се забавлява с последния брой на популярни модни и спортни списания или да разгледа дисковете с музика, която се пуска в магазина.

Изборът на стоките става от рафтовете на вградените шкаfoве, направени от тъмно гърво. Те

стоят сякаш разпилени по гървени маси със заоблени ръбове, по легла и пейки, които са стратегически разположени в мъжката и женската стая.

Клиентът тук е омагьосан от разпръскващия се на определени интервали аромат от последния предлаган от марката парфюм. Ароматизаторите са вградени в тавана и се задействат в предварително заградено време. Достатъчно е само да влезеш в такъв магазин, за да попиеш от атмосферата на Hollister в прекия смисъл на думата.

Музиката

Hollister Co. обича да се шуми около името ѝ. Нейните магазини са известни с еkleктичния избор на песни стил електро, алтернативен рок и поп музика. Политиката на фирмата е звукът да бъде 80-85 децибела, но най-често той е над 90 децибела. Това налага работодателят да осигури защита на слуха на работниците и служителите си, които са изложени на звукови нива от 90 децибела, предлагайки им да работят със слушалки.

Новата концепция

Фирмата откри първия по рода си магазин - флагман на новата концепция на Hollister, на 16 юли 2009 г. Големият купон бе в Ню Йорк, в известния модерен квартал Сохо, на ъгъла на не по-малко популярните булеварди Хюстън и Бродуей. Четирите етаж на магазина предлагат 3700 кв. м. търговска площ. Така SoCal трайно се настани в сърцето на Голямата

ябълка, предлагайки наистина уникален търговски обект, носещ на потребителите ново, невиджано готогава изживяване при пазаруването. Цената на това удоволствие струваше на компанията майка A & F Co 300 милиона долара. А много или малко са тези пари, всеки може да прецени от корпоративния отчет, където е записано, че за същата година общите инвестиционни разходи са 445 милиона долара. През ноември същата година врати отвори EPIC Hollister на знаменитото Пето авеню в Ню Йорк, а след успеха на бранда решението A & F да отвори трети магазин тук не изненада никого. Така американската марка вече мери ръст по продажби с луксозни бутици като Chanel, Fendi и Prada, които се намират на същата улица. Флагманът на Hollister на Пето авеню от 2010 г. разполага с жива видеовръзка от Хънтингтън Бийч и показва случващото се на плажа на 179 телевизора с плосък екран и извън магазина, където има изкуствен басейн с вълни.

На 12 май тази година подобен магазин на HCo с марката EPIC отвори врати на Regent Street в Лондон.

След бурните продажби за Коледа 2008 г. и удара на икономическата криза търговията на Abercrombie & Fitch тръгна надолу. Това се случи точно когато компанията успя да покрие с магазинна мрежа целите Съединени щати и да отчете 11 места за продажби в Канада. Трудностите за клиентите на караха дружеството да свие инвестиционните си планове и да заложи на експанзия само на утвърдени пазари. Така на 28 май тази година във Великобритания бе открит 28-ият магазин на веригата. И обявени плановете за новите. Те ще бъдат в Лийдс, Чешър и Икстър, а откриването им е предвидено за 2013 г., защото цената, на която стоките на компанията се продават на Острова, е два пъти по-висока от тази в САЩ.

Hollister в момента има магазини в Ирландия, Франция, Швеция, Белгия, Германия, Австрия и Италия. Тази година ще бъде откриването на поредния във Варшава, а догоди-

на идва ред и на Холандия. Експанзията продължава и към Азия, където отскоро работи магазин в Хонконг. Австралия и Близкият изток също не са забравени, но плановете са там стоките на HCo да се продават след следващата година.

Скангалите


Abercrombie & Fitch Co. бе осъдена през 2007 г., защото са събрали повече от необходимите лични данни за своите клиенти, плащащи с кредитни карти. Компанията твърдеше, че това се налагало заради необходимостта от по-точна идентификация на клиентите, на които трябва да бъдат върнати пари по кредитната карта. В хода на процеса стана ясно, че от 2005 г. до май 2007 г. 31 милиона души са пострадали от акцията. На всички тях компанията предложи ваучери за пазаруване в нейните магазини.

A & F бе обвинена в дискриминация срещу служител на калифорнийски Hollister магазин. Една от работничките им носила хиджаб в магазина, което според вътрешните правила е строго забранено. Момичето било взето на работа, след като обещало, че ще носи грехата във фирмените цветове - сиво, синьо и бяло. Впоследствие обаче регионалният мениджър я задължил да свали хиджаба по време на работния ден. Жалбата

предстои да бъде гледана от съд в Оклахома, но случаят възбуди духовете в Съвета за американско-ислямски отношения и федералната Комисия за равни възможности за труд.

През август 2011 г. компанията бе задължена да осигури достъп на хората с увреждания не от страничния вход на магазина, а от централния, откъдето влизат всички клиенти. Съдът в Колорадо постанови, че трите стъпки преградата на магазина възпрепятстват равния достъп на хората с увреждания, и постанови Hollister да извършат необходимото магазините им да бъдат удобни и за американците с увреждания.

В България

Въпреки че марката не се предлага официално в България, всички сергии по Черноморието предлагат облеклата с чайка и нагнис Hollister. Цените са повече от прилични за чужденците, които могат срещу 10 лева да облекат последния бранд на компанията при тениските. Малко по-скъпо вървят поларите – 35 лв., и екипите за спорт – 50 лева. За сравнение фирмен магазин на марката предлага тениската за 25, полара за 90, а анузите за 160. Цените са в евро. Разликата е очевидна – също както и качеството между оригинала и ментето, разбира се. 



Кожените кресла и дъската за сърф задължително присъстват във всеки магазин на Hollister



16.30

**ВИНАГИ В
НЕДЕЛЯ**

**С
НИКОЛАЙ
БАРЕКОВ**

TV7

Да тренираш

Аркадий Ротенберг (вляво) и Владимир Путин (по средата) са заедно на татамито от 50 години



Павел Яхус ще помни онзи горещ юнски ден на 2005 г. докато е жив. Той спокойно кара камиона си, натоварен с мебели по булевард в Санкт Петербург, когато внезапно го засича бетоновоз. За да не се натресе в него, Павел рязко свиwa вдясно и едва спира на сантиметри от бордюра. Секунди след това чува оглушителния рев на спирачки и вижда черна Toyota Land Cruiser, която с мръсна газ изпреварва и препречва пътя на камиона. Тонираните стъкла се смъкват, от японското возило се показва пътник с широко лице и здрав врат, който го пита къде се е учил да шофира. Избухналата словесна свага по мъжки прогължава с взаимна размяна на телесни течности, но когато от колата излизат двама едри мъжаги в хавайки и златни ланци на врата, Павел осъзнава, че истинската битка тепърва предстои. Какво било учудването му, когато вместо бангит Яхус разпознава в човека, когото е заплюл преди секунди – Борис Ротенберг – съсобственика на банка „Северен морски път“ (СМП), гжудист и личен приятел на руския президент Владимир Путин.

Познанството на Борис и Аркадий Ротенберг с руския президент започва в детството и на джудо тепиха. Днес те имат милиарден бизнес, а компаниите им работят предимно по държавни поръчки

АНТОН АНДОНОВ

Борис Ротенберг и по-големият му брат Аркадий не обичат публичността. Въпреки че годишният оборот на компаниите им надхвърля 3 млрд. долара, двамата предпочитат да останат встрани от светлината на прожекторите. Вместо това за тях е по-важно да защитават и разширяват интересите си в света на бизнеса. Не без покровителството на „Първия човек в сържавата“, както твърдят медиите в Русия. Братята строят жилища за правителството на Москва, Министерството на отбраната и „Газпром“. Техни фирми гоставят тръбите за най-голямата газова

компания в света, въпреки че не ги произвеждат. Прокарват пътища и търгуват с алкохол. Всъщност, бизнес-империята на братя Ротенберг няма дори централа, която да ръководи всичко от едно място, нито единна структура. Но въпреки това работи повече от добре, а гостът го двамата имат само ограничен кръг приятели и бизнеспартньори.

Корените на този успешен бизнес проект започват да растат преди почти 50 години. В далечната 1964 г. младият треньор по самбо Анатолий Рахлин събира от няколко училища в Ленинград пет деца, за да ги въведе в света на бойното изкуство. Сред тях е и 12-годишният Аркадий Ротенберг, който



ДЖУДОТО

Аркадий и Борис Ротенберг ръководят Руската федерация по джудо от 2004 г. В момента Аркадий е първи вицепрезидент, а Борис – вицепрезидент на организацията. На олимпиадата в Атина през 2004 г. руснаците печелят пет златни медала. Четири години по-късно в Пекин отборът претърпя пълно фиаско - на почетната стълбичка не се качи нито един руски джудист, но реваншът бе на приключилата през август олимпиада в Лондон - 3 златни медала.

има зад гърба си няколко години тренировки в залата за спортна гимнастика. Треньорът веднага забелязва гъвкавия, с добра координация и котешки инстинкт, схватлив и упорит Аркадий. И започва да работи с него още по-настървено. Половин година по-късно в залата идва още едно хлапе – Владимир Путин. „Той живееше съвсем наблизко и според мен се записа да тренира самбо, защото искаше да покаже на останалите, че е смел и силен“, ще си спомни след години Рахлин. Треньорът изобщо не е изненадан, когато в заниманията се включва и по-малкият брат на Аркадий – Борис Ротенберг. Като всеки по-малък брат Боря е във възторг от успехите на батко си и мечтае да стане по-добър от него на тепиха. Двамата братя, Володя Путин и още четири момчета от първата селекция на треньора стават ядрото на секцията по самбо, а през 1972 г. треньорът включва към заниманията по самбо и уроци по джудо. „С хората, с които тренирах по онова време, останах приятел до сега. Спортът много ни сближи!“, ще напише през 2000 г. в книгата „От първо лице“ Путин.

Но извън тренировъчната зала животът на приятелите поема в различни посоки. Владимир Путин завършва юридическия факултет на Ленинградския университет, започва работа в службите и заминава за ГДР. Двамата Ротенберг избират Ленинградския институт за физическа култура „П. Ф. Лезгафт“. Аркадий започва треньорска работа с деца, а Борис става инструктор в милиционерската школа. Разпадат на СССР отново пресича пътеки-

Страничен бизнес

Производството на хранителни добавки с търговското наименование Vitawin е най-новият проект на милиардерите. За неговата реализация са предвидени 20 млн. долара, а печалбата през 2014 г. трябва да надхвърли 70 млн. долара. С марката Vitawin ще се продават 300 продукта - смеси, капсули, таблетки, протеини, аминокиселини, L-карнитин, гейнъри, витамини, минерали, напитки, антиоксиданти и антихипоксанти. Продуктите са разработени в Русия, но ще се произвеждат в САЩ и Германия. Пазарът на хранителни добавки в Русия отчита годишен ръст от 20-25% и оборот 300 млн. долара.

те на приятелите от гетството, които осъзнават, че заедно могат повече.

През 2007 г. Аркадий Ротенберг защитава докторска дисертация на тема „Педагогическа система за управление на личността при спортистите от индивидуалните дисциплини“. Според него „те са представители на агресивната част от обществото, лесно се поддават на криминализация, имат по-малък интелект и са потенциално опасни“. Подобно описание на Борис Ротенберг прави пред милицията през 2005 г. Павел Якшис, който отнася няколко удара в лицето от Ротенберг заради свадата на пътя. Изплашеният мъж все пак успява да извади пистолет „Оса“ и да стреля срещу напагателя. Гуменият куршум попада в гърдите на Ротенберг, който през зъби процежда: „С теб е свършено!“, вади телефона и набира някакъв номер. Якшис веднага осъзнава обречеността на ситуацията и с мръсна газ изчезва от мястото на инцидента, а адвокатът му твърди, че е напуснал Петербург и е решил да завърши живота си скрит зад високите стени на някой манастир



Ембемата на руската столица - хотел „Москва“, се намира на хвърлей място от Руската Дума и бе реновиран от компания на двамата братя

като монах.

В годините на прехода Аркадий Ротенберг създава първата си фирма заедно с австрийския предприемач Леван Пирвели. Двамата строят петзвездния хотел „Метехи“ в Тбилиси, но въпреки успеха и създадената втора компания „Балтийски бизнес партньори“ двойката не започва втория си проект – отново петзвезден хотел в Санкт Петербург. В същото време по-малкият брат се жени за финландка и от 1992 до 1998 г. е треньор по джудо във Финландия.

Баткото регистрира още няколко фирми в северната руска столица, които се занимават и с охраната на Школата за високо спортно майсторство на Камения остров, където тренират майсторите на спорта от Петербург, а чест гост е и заместник - кметът на града - Владимир Путин. На тататамито негов редовен спаринг партньор е Аркадий Ротенберг, който по онова време създава Федерацията по самбо в Санкт Петербург.

Твърди се, че Аркадий и Борис Ротенберг са се срещали с хора, с които заместник-кметът не е трябвало да контактува. По онова време Путин отговаря за развитието на хазартния бизнес в града, а големите казина тогава са били под контрола на организираната престъпност, и по-точно в ръцете на „тамбовската група“. Но истин-



Аркадий Романович Ротенберг има в банковата си сметка 1 милиард долара. Той е роден на 15 декември 1951 г. в Ленинград. Носител на званията „Заслужил треньор“ и „Заслужил работник на физическата култура на Руската федерация“. Аркадий Ротенберг е Доктор на педагогическите науки и автор на повече от 30 учебно-методически и научни статии в областта на организацията и управлението на тренировъчния процес. Чрез банката „сверен морски път“ държи блокиращия пакет акции на латвийската Multibanka, башкирската „Инвесткапитал“ и застрахователната компания „СМП-страхование“. Той е акционер в строителната групировка „Мостотрест“, която набра 388 млн. долара при публично предлагане на акции и склочи изгодни договори в черноморския курорт Сочи, където ще се проведе зимната олимпиада през 2014 г.

Синът му Игор Ротенберг е роден през 1970 г. и има в биографията си директорски постове в Управление „Имущество“ на „Руските държавни железници“ и в Промисленото министерство на Русия.

ският възход на Ротенберг започва след началото на московския период в кариерата на приятелите от детство. През 1998 г. двама търговци на нефт от Санкт Петербург - Геннадий Тимченко и Андрей Катков, стават спонсори на професионалния спортен клуб по джудо „Явара-Нева“. Аркадий Ротенберг е избран за генерален директор, а шефът на Федералната служба за сигурност Владимир Путин - за президент. Скоро след това клубът ще се превърне в един от най-преуспеващите в страната, а когато през 2000 г. Путин става президент на Русия, пред двамата Ротенберг се откриват неподозирани бизнес възможности.

Първият им опит на национално ниво е овладяването на „Министерството на алкохола“ на Русия. Заедно със Сергей Зивненко братята създават фирмата „Зирот“ (от първите сръчки на фамилиите на основателите), която държи под контрол производството на над 100 завода за алкохол в Русия, работещи под шапката на държавната „Росспиртпром“. Две години по-късно Зивненко е уволнен, но не напуска поста с празни ръце. Негови стават два от най-големите в страната заводи за производство на ликьор и водка. Братята също са наградени за добрата работа – през създадената от тях през 2001 г. банка „Северен морски път“

През пристанището в Новоросийск минава голяма част от вноса и износа на Русия. Ротенберг държат 10 % от акциите на порта

Обороти

- ✓ 2600 камиона, булдозера и специални машини работят за „Стройгазмонтаж“.
- ✓ Банката „сверен морски път“ е на 90-о място сред руските банки по размер на капитала. Трезорът има 29 офиса в Русия.
- ✓ 20% от общия обем на товарите, които Русия изнася по море, преминават през пристанището в Новоросийск.



Борис Ротенберг - младши е професионален футболист в московския „Динамо“

Владимир Путин е Почетен Президент на Международната джудо федерация и Европейския съюз по джудо. Заедно с шефовете на руската Федерация по джудо той откри „Академия по джудо“ в Звенигород, край Москва

преминават всички пари на гържавната „Росспиртпром“.

Интересите на Ротенберг не спират до тук. Братята успяват да сложат свой човек за директор на най-големия търговец на храни и материали в Русия – „Росрезерв“. Държавната агенция се ръководи от Дмитрий Гогин, бивш мениджър на една от компаниите на Ротенберг.

Най-големият си удар със сделки с гържавни предприятия Аркадий и Борис правят, когато сключват договор с „Газпром“. Това става през 2002 г., когато управлението на руската фирма преминава от Рем Вяхирев в ръцете на Алексей Милер. Новото ръководство прави реорганизация на стоковите и финансови потоци, свързани с покупките на „Газпром“. Така купуването на компресори и тръби за компанията е поверено на гъщерната фирма.

„Газкомплектимпэкс“, през която до 2004 г. минават 75% от всички покупки. Но промените не спират до тук. В схемата за доставките на оборудване между доставчиците и „Газкомплектимпэкс“ се намесват няколко посредника, най-влиятелен от които става доставчикът на тръби „Газтагед“. Покупката на тръби формира 30% от оборота на газовия гигант, твърдят експерти. Оказва се, че в основаната през 2003 г. фирма „Газтагед“ 25% от капитала гържи компанията „База-торг“ – единолична собственост на Борис Ротенберг. Останалите 75% от „Газтагед“ принадлежат на „Газкомплектимпэкс“. Според експертите през „Газтагед“ парите замиват към други две компании на Ротенберг – „Трубной торговый дом“ с годишен оборот 540 млн. долара и „Газстальконструкции“. Годишно компаниите на братята продават тръби за 980

млн. долара на „Газпром“, откъдето реализират чиста печалба в размер на 146 млн. долара, което означава рентабилност 15%.

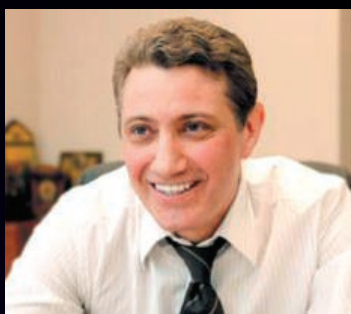
Амбициите на двамата братя обаче не спират само до гържавните фирми. През 2008 г. те купуват 10% от търговското пристанище в Новоросийск, оценено на 300 млн. долара, а Аркадий Ротенберг си припомня началото на своята бизнес кариера, включвайки се в

реконструкцията на хотел „Москва“ в руската столица.

Ротенберг са партньори и в компанията „Паритет“, която макар и без строители и техника печели заедно с фирмата „Мосстрой-механизация-5“ търг на руското министерство на отбраната за строителството на 950 000 кв. м жилища на стойност 33,7 млрд. рубли през юни 2009 г.

Империята на Аркадий и Борис Ротенберг не прилича на корпорация в класическия бизнес смисъл на това определение. В нея няма отдел „Анализи“ и дори отдел „Продажби“. Техният модел за печалби се свежда основно до реализацията на набор от финансови схеми и посредничеството. Финансовите потоци преминават през няколко компании, оглавявани от спортисти джудисти. Всъщност приемната на Аркадий Ротенберг се намира в сградата на Федерацията по джудо на Русия и неговата основна дейност е свързана със спорта. Официално той е само председател на Съвета на директорите на банка „Северен морски път“ и генерален директор на Спортния клуб по джудо „Явара-Нева“. Но той е собственик и на китърската офшорка „NPV-инженеринг“, която през 2008 г. купи пет гъщерни строителни компании на „Газпром“ – „Ленгазспецстрой“, „Краснодаргазстрой“, „Спецгазремстрой“, „Волгограднефтемаш“ и „Волгогаз“. Синът на Аркадий Ротенберг – Игор, стана председател на Съвета на директорите на новата „Стройгазмонтаж“, за която работят 11 000 души. Тази фирма строи днес сухопътното трасе на газопровода „Северен поток“, трасетата в Сочи и тръбите Сахалин - Хабаровск - Владивосток.

ПО-МАЛКИЯТ



Борис Романович Ротенберг има руско и финландско гражданство. Той е роден на 3 януари 1957 г. и в момента е виден руски бизнесмен, съсобственик на банката „Северен морски път“. Борис е заслужил треньор на Русия и кандидат на педагогическите науки. От първата си съпруга – финландката Ирина Харанен - има двама сина – Роман (роден през 1981 г.) и Борис (роден през 1986 г.). Роман работи в „Газпром Експорт“ като специалист по комуникациите, а по-малкият брат – Борис, се занимава с футбол. От 2011 г. играе за московския „Динамо“, а до тогава е ритал за „Зенит“ - Санкт Петербург. Втората съпруга на милиардера - Карина Ротенберг – му ражда още две деца. Състоянието на Борис Ротенберг е между 930 милиона и 1 милиард долара.

Внучката на легендарната Ести Лодър се оттегли от вице-президентския пост във фамилната компания, за да основе собствена. Решение, което ѝ спечели още по-голям респект не само във висшите ешелони на козметичната индустрия, но и сред именитите ѝ роднини



Айрин Лодър

НАСЛЕДНИЦА



Със съпруга си Ерик

БЛАГОВЕСТА КИРИЛОВА

„Хората често ме питат защо работя и това ми се струва направо грубо”, отсича Айрин Лодър. Като се има предвид колко дълъг е списъкът с милиардерските наследници, чието основно занимание е да ходят по парти-та, ревюта и екзотични пътешествия, този въпрос е напълно логичен. Възмущението на Айрин обаче е оправдано, защото гори бегъл поглед върху биографията ѝ не оставя никакво съмнение, че при нея фамилното име е преди всичко двигател, а не привилегия. 42-годишната Лодър работи за козметичния гигант Estée Lauder, основан от баба ѝ Ести, вече



Гуинет Полтроу е близка приятелка на Лодър

две десетилетия и доскоро беше негов старши вицепрезидент и творчески директор. Доскоро, защото от няколко месеца оглавява собствена компания. И е достатъчно уверена във възможностите си, за да я кръсти на себе си – просто Aerin.

Първите продукти на компанията се появиха на американския пазар в края на август и включват червило, фон дьо тен, бронзираща пудра, руж, крем за ръце и тяло, четки за грим и козметични чантички. Цените варират между 28 и 148 долара. А до началото на идната пролет логото на компанията ще се появи върху луксозни аксесоари за дома – от салфетки през вази до завеси, както и върху слънчеви очила и бижута. Голяма част от тях ще са по дизайн на самата Айрин и ще са вдъхновени от богатата колекция от накити на Ести, която почина през април 2004 г. на 97-годишна възраст.

„Обмислях идеята да основа собствена марка в продължение на години – казва Лодър. – Искам да представя и развия своята гледна точка за красотата. Защото тя не е подпомагана само от козметичната чантичка или от грешника, а до голяма степен е и начин на живот. Затова и ще отделим специално внимание на аксесоарите за дома. Пазарът го позволява, защото тази ниша все още не е добре запълнена.”

В самостоятелното си изкачване към върха Айрин разчита на

покрепата на мощни съюзници

Неин консултант е вездесъщата Ана Уинтур – главен редактор на американското издание на модната библия Vogue, а гясната ѝ ръка е Ебс Бърнаф. Доскоро той беше един от секретарите на президента Обама, но напусна Белия дом, за да започне работа в компанията. Разбира се, всички фабрики и производствените специалисти на Estée Lauder също са в услуга на Айрин и ще работят и по нейните продукти.

„Много хора ще кажат: „Лесно

В ДЕЙСТВИЕ

и е, защото има пари и контакти” – коментира в тази връзка Мики Дрексълър, близък приятел на Логър и изпълнителен директор на модната компания J. Crew. – Но не са много жените в нейната позиция, които биха се осмелили да поемат подобен риск. Айрин иска да бъде независима. Като човек, който има голям опит във фамилно управлявани компании, мога да кажа, че това никак не е лесно.”

Макар да се оттегли от високата си пост в Estée Lauder, Айрин остава член на борда на директорите там. Освен това ще продължи да се изявява като консултант и говорител на компанията, както и като неин имиджов директор. Срещу това ще получава щедро базово възнаграждение от 700 хиляди долара за 35 работни дни на година. Всеки допълнителен ще ѝ носи хонорар от 20 хиляди долара. Неслучайно тя е разположила офисите на компанията си съвсем близо до централата на Estée Lauder в Манхатън.

„Много се гордея с Айрин – казва баща ѝ Роналд, почетен председател на борда на директорите на козметичния гигант и един от най-богатите хора в света. – Вярвам, че

Ести би се гордяла двойно повече

Тя е била почти на същата възраст като гъщеря ми, когато е започнала бизнеса си преди близо 60 години. Убеден съм, че знанията на Айрин, страхотният ѝ стил и безупречният ѝ вкус ще направят линията ѝ не по-малко успешна от тази на баба ѝ.”

Братът на Роналд – Ленърд, е съгласен със сравненията между двете. „Когато гледам Айрин, виждам Ести – казва той. – От всички членове на семейството ни тя прилича най-много на майка ми по характер и стил. Има нейния дух и усет към красивото.”



Айрин като малка с прочутата си баба

Тези черти се проявяват още в ранното детство на Айрин. Едва 2-годишна, тя вече прекарва часове наред в грешника на баба си, пробвайки купищата ѝ тоалети. Вместо с кукли предпочита да си играе с гримове и кремове ѝ. А още на 7 години любимото четиво ѝ стават модните списания – стаята ѝ буквално прелива от броеве на Vogue и Harper's Bazaar. По същото време започва да си слага блясък за устни – в училище и извън него. Освен това обявява тържествено пред цялото семейство, че ще работи или в компанията на баба си, или като редактор на модно списание.

Така и става. Веднага след като взема диплома по комуникации от престижния Университет на Пенсилвания, Айрин започва работа в Estée Lauder. Годината

е 1992-ра, а отделът, в който е назначена – маркетинговият. Въпреки липсата си на опит се справя толкова добре, че през 1997 г. е повишена в изпълнителен директор на творческия маркетинг – пост, създаден специално за нея. Докато го заема, Айрин прокарва и налага разнообразни новаторски идеи. Сред най-забележителните е тази за червила, сенки и лакове, чиито цветове са съобразени с модните тенденции на сезона.

Другата област, в която

Айрин е в стихията си

са рекламните кампании. В тандем с прочутия фотограф Стивън Мейзъл създава толкова запомнящи се проекти, че моделът Елизабет Хърли – лице на компанията, става изключително популярна.

Съвсем закономерно в края на 2001 г. Айрин се издига до поста ръководител на отдела, занимаващ се с рекламата на Estée Lauder в световен мащаб. По това време компанията е в труден период и има нужда точно от човек като нея, за да осъвремени имиджа си – красива млада жена



В къщата си в богаташкия курорт Хамптънс

Междувременно Айрин не спира да култивира публичния си имидж със съвършена прецизност – нещо, за което вярва, че е неразделна част от успеха на семейния бизнес.

Вою активен социален живот

и тоалетите, с които се появява по ревюта, изложби, коктейли и благотворителни галавечери, редовно ѝ печелят челните места във всевъзможни класации за най-стилните жени в света. Но това, което отстрани изглежда бляскав и повърхностен начин на живот, в действителност е просто част от рекламната стратегия на Айрин. Макар да живее в съвсем различен свят от този на баба си по време на младостта ѝ, тя споделя нейните възгледи за отговорностите на жената като съпруга, майка и домакиня.

„Ести често казваше, че можеш да се раздаваш на 100% в работата си и пак да ти остане енергия за семейството – спомня си Айрин. – Веднъж или два пъти седмично посещавам събития, свързани с бизнеса, но изключително рядко се случва да излизам вечер с приятелки. Преппочитам

да помагам на децата с домашните или да приготвям специална вечеря за съпруга ми. От време на време двамата излизаме на среща и ходим да ядем чийзбъргъри.”

Съпругът на Айрин е инвестиционният банкер Ерик Зинтерхофър. Заедно са още от колежа, женени са от 1996 г. и имат двама сина – Джек на 13 години и Уил на 12. Живеят в просторен апартамент в Манхатън, но при всяка удобна възможност заминават за имението си в богаташкия курорт Хамптънс близо до Ню Йорк. Айрин купува къщата преди няколко години от баща си за 5 млн. долара и отделя много време и усилия да я обзаведе и декорира по свой вкус до най-малката подробност.

„Ести вярваше, че човек трябва да се обгражда с неща, които смята за красиви, и аз съм наследила и това от нея – казва Айрин. – Тя продължава да ми бъде модел за подражание и да ме вдъхновява във всичко, което правя. Мечтата ѝ да накара жените да се чувстват красиви и специални е жива и днес. Надявам се с помощта на моята компания да успея да я пренеса и през следващите поколения.”

с репутацията на модна икона, на която връстничките ѝ искат да приличат и която е напълно наясно с изискванията им по отношение на грима и козметиката.

Айрин остава на тази позиция три години. И не само че оправдава всички очаквания, но ги надминава многократно. Оставайки вярна на високото качество и изтънчеността, които са запазена марка на продуктите на компанията, тя изцяло преобразява имиджа ѝ и я прави госта по-привлекателна за младите клиентки. Освен че привлича за основно рекламno лице ослепителната Каролин Мърфи, Айрин сключва първия в историята на Estée Lauder договор с тъмнокож модел – етиопката Лия Кебеде. Нещо повече – с риск да развали приятелството си с фотографа Стивън Мейзъл го заменя с Марио Тестино, чийто стил намира за госта по-модерен и нетрадиционен.

Резултатът от всичко това е впечатляващ. В края на 2003 г. компанията отчита цели 20% растеж в печалбите си в сравнение с предишната година. Или иначе казано, отбелязва продажби в размер на 5 милиарда долара.



В манхатънския си апартамент

ЕМОЦИОНАЛНИ ВАМПИРИ



Те са способни да изсмучат цялата ни енергия. Но има начини да ги разпознаваме и да се предпазваме, категорични са специалистите

Много хора вероятно биха се изненадали да научат, че понятието „енергиен вампир“ е въведено в психологията преди близо век. Причината да звучи сравнително ново е, че допреди няколко години по темата липсваха задълбочени изследвания. Разбира се, почти няма средноинтелигентен човек, който да не знае значението на термина. А още по-малко са тези, които не са ставали жертва на енергиен вампир поне веднъж в живота си. Съвременните психолози предпочитат да ги наричат емоционални вампири. И са единодушни, че те дебнат отвсякъде и носят разнообразни „маскировки“. Но умислено или не, всички в крайна сметка ни карат да се чувстваме потиснати, ядосани или просто изтощени.

„Емоционалните вампири са способни да изсмучат цялата ни енер-

гия – казва г-р Джудит Орлоф, преподавател в Университета на Южна Калифорния и автор на книгата „Емоционална свобода“. – А много от тях правят много повече от това да изцедят физическите ни сили. Някои са толкова могъщи, че постепенно могат да ни накарат да се съмняваме в способностите си и дори да повярваме, че сме недостойни да бъдем обичани. Да избягваме тези хора е невъзможно, защото те са навсякъде и често са част от най-близкото ни обкръжение. Но е изключително важно да се научим как да отбиваме атаките им.“

Ето и кои според психолозите са петте най-често срещани видове емоционални вампири, както и какви са сребърните куршуми, с които трябва да стреляме срещу тях:

Властолюбивите

Как се разпознават? Този тип вампири винаги са безукорно облечени и максимално организирани. За тях няма просто решение на каквото и да било проблем – всички негативи и позитиви трябва да бъдат прецизно претеглени и внимателно анализирани. Веднъж направили избор обаче, държат на него докрай. Имат мнение за всичко, изпитват нужда да доминират, мислят си, че знаят кое е най-доброто за близките и приятелите им, спонтанността им е чужда и не си падаат особено по забавленията.

Как действат? Тъй като са перфекционисти във всяко отношение, тези хора очакват същото от близките си и от хората, с които работят. Ако не го получат, демонстрират крайно разочарование и неодобрение. Всяко нещо, което наруши усещането им, че ръководят нещата, може да доведе до

реакция, която да нарани гругите. Ако например властолюбив вампир бъде изненадан от половинката си с резервация за вечеря в луксозен ресторант, той е напълно способен да откаже поканата с мотива, че мястото не му харесва само защото не го е избрал сам.

Как да се предпазим? При всичките им недостатъци и труден характер именно на хората от тази категория е заслугата за поддържането на някакъв ред в света. Затова най-лесното нещо е да бъдат оставени да действат. Психолозите съветват хората, които имат в обкръжението си властолюбив вампир, просто да се примирят с факта, че никога няма да правят нещата точно така, както той иска. В същото време обаче не бива да си мълчат, когато ги е разстроил или обидил, а на всяка цена да обсъдят ситуацията с него. Поведението на жертва би било най-погрешното.

Параноиците

Как се разпознават? Изключително лесно се обиждат, злопаменни са и са способни да направят от мухата слон. Приемат всичко много лично и във всяко нещо търсят скрит смисъл. Ако някой им каже например, че харесва тоалета им, ще решат, че не харесва обувките им.

Как действат? Параноиците живеят по точно определени правила, за които вярват, че всички друго трябва да спазват. Държат си очите широко отворени за най-малкото прегрешение и обикновено го откриват. Неспособни са да прощават и забравят и непрекъснато измъчват околните с всевъзможни натяквания, обвинения и съмнения. Освен това винаги са брутално



откровени дори когато осъзнават, че казаното от тях ще нарани другите.

Как да се предпазим? Най-добрият начин е максималната честност. Вампирът параноик така или иначе ще открие всичко, което някой се е опитал да скрие от него и ще възприеме и най-безобидната лъжа като доказателство за теорията си, че е бил мамен през цялото време.

Егоцентриците

Как се разпознават? Това обикновено са хора с много добро професионално и финансово положение, които са изключително горди с успеха си и гържат всички да им се възхищават. Постоянно изтъкват постиженията, придобивките и познанствата си, гържат винаги да са в центъра на вниманието и когато не е така, подклаждат спорове и скандали.

Как действат? В повечето случаи вампирите от тази категория са изключително харизматични и талантиливи и отдалеч е лесно да им се възхищаваш. Близките контакти с тях обаче са проблемни, защото те не са способни на разбиране, съчувствие и безуслов-

на любов. Ако нещата не стават по техния начин, се отгръбват, стават язвителни и саркастични и често дори търсят отмъщение.

Как да се предпазим? Тъй като хората от тази група се ръководят единствено от собствените си интереси, няма друг начин за ефективна комуникация с тях, освен да бъдат уверявани, че ще имат полза от нещо – това спестява много главоболия. Психолозите предупреждават, че връзката с крайни егоцентрици никога не може да бъде пълноценна, защото те са емоционално ограничени.

Вечните жертви

Как се разпознават? Те непрекъснато търсят съчувствие, убеждения са, че са родени с лош късмет, който е причината за всичките им проблеми, вечно са онеправдани и се самосъжаляват, но никога не търсят реален изход от трудностите. Когато някой им предложи такъв, отговорът им обикновено започва с: „Да, но...“

Как действат? С времето близките и приятелите на хората от тази категория започват да изпитват вина, стават потиснати или напрегнати, защото искат да


им помогнат, но осъзнават, че това е ако не невъзможно, то изключително трудно. В същото време са наясно, че ако ги пренебрегнат, положението ще стане още по-лошо.

Как да се предпазим? Според психолозите най-погрешната тактика е човек да се опитва да бъде терапевт на „екземпляр“, спаднак към тази група, да се остави да бъде въвлечен в самосъжалението му или да му казва да се стегне. Трябва да бъдат поставени граници – внимателно, но непоколебимо. Ако става дума за близък или приятел, на атаката може да се отвърне по следния начин: „Обичам те, но мога да те слушам само няколко минути, освен ако не искаш да обсъдим как може да бъде решен проблемът.“ В случай че в ролята на вечната жертва е някой колега, подходящата реплика е нещо от рода на: „Все си мисля, че нещата ще се наредят. Надявам се да ме разбереш, но сега трябва да се върна към работата си.“ Във втория случай скръстването на ръцете пред гърдите и прекъсването на зрителния контакт също помага за поставянето на предпазни граници.

Неуморните купонджии

Как се разпознават? Забавлението никога не са им достатъчни, много са импулсивни, не понасят да си стоят вкъщи и нямат скрупули да си послужат с лъжа, за да постигнат онова, което искат. Изключително приятна компания са, казват и правят неща, които малко хора се осмеляват, и умеят да карат близките и приятелите си да се чувстват специални.

Как действат? На тях може да се разчита само за веселбите. В повечето случаи не искат да слушат за чуждите проблеми и тревоги, а ако все пак го направят, не могат да прикрият, че е било по задължение. Освен това са финансово безотговорни – разчитат някой друг от компанията да плати сметката и често затъват в дългове към близките и приятелите си.

Как да се предпазим? С човек от тази категория може да се купонясва чудесно, но от него не бива да се очаква нищо по-задълбочено. Психолозите съветват също да не се оставяме да ни въвлеча в нещо, което не искаме да правим, както и да гържим портфейла си на безопасно разстояние. 

**БЛАГОВЕСТА
КИРИЛОВА**

Споменът за жизнерадостното пастелно лято бързо и сигурно ще бъде заличен от бурна и мрачна зима. Така звучи крайно резюмираната версия на прогнозата за настоящия моден сезон. За него с всички основания може да се твърди, че ще премине под знака на провокацията – в много посоки и с различни размери. „Есенно-зимните колекции почти без изключение са белязани от едно бунтарско и дори мрачно настроение – казва Александра Шулман, главен редактор на британското издание на Vogue. – Когато Valentino – марката, която обикновено представя най-женствените и изискани тоалети, открие ребърото си със строги кожни облекла, това говори много.“

Изключително разнообразни и несъмнено подтикващи към моден авантюризм, водещите есенно-зимни тенденции звучат така:

Жената котка

Кожата никога не е разпалвала въображението на дизайнерите до такава степен, в каквато го направи при подготовката на актуалните колекции. Те буквално преливат от тоалети, ушити от нея – поли, панталони, рокли, сака и палта. Преобладаващият цвят е черният, а кройките – изчистени и елегантни, но в същото време подчертано сексапилни. Колкото до вида на самата кожа, еднакво популярни са матираната, лачената, гладката, релефната и брогираната. В категорията на аксесоарите първенци по използването ѝ пък



ДЪРЗОСТ

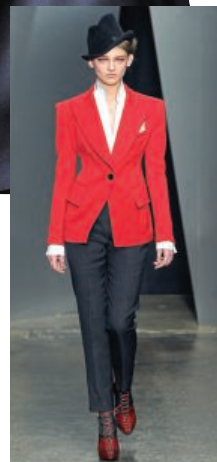
са ръкавиците – от моделите без пръсти до тези, стигащи над лакътя.

Прераждането на костюма

Изнагнал в немилост за госта дълго време благодарение на популярността на полите с висока талия, добрият стар костюм с панталон най-накрая успя да се върне на мода. Нещо повече – формира една от ключовите тенденции на сезона. Изключително елегантни и с кройки, които в много случаи наподобяват мъжките, актуалните костюми са с прави панталони, стигащи точно над глезена, и с вталени сака с дължина до средата на ханша. Много от моделите са с двуредно закопчаване или снабдени с атрактивен широк колан около талията, а тоновете са предимно тъмни дори при наличието на геометрични принтове. Напълно допустима е и комбинацията между панталон и сако в различни цветове.

XXL размери

Добре известната истина, че модата обожава крайностите, през игните месеци ще се доказва в най-голяма степен по отношение на размерите на горните и връхните облекла. Вталените сака, топове и палта през цялото време ще се борят за надмощие със свръх широките. Въпреки че носенето им изисква немалка смелост, те са изключително атрактивни. Съчетават се с панталони, поли и рокли по тялото, а най-голямото им ограничение е, че са подходящи само за жени с по-слаба фигура.



огромен избор при облеклата, но налагат те да са подчертано смели



и красота

Духът на Ориента

Облеклата на Изтока с техните богати и луксозни материји и изключително внимание към детайла открай време привличат интереса на западните дизайнери. Не само заради необичайните си цветове и безупречни кройки, но и заради факта, че изглеждат секси и предизвикателни, без да разкриват твърде много. Влиянието на ориенталската мода през настоящия сезон ще се проявява чрез атрактивни сака от коприна и сатен, наподобяващи горната част на кимоно. Изборът на принтове е повече от богат – китайски иероглифи, лотоси, екзотични цветя, пейзажи, птици, дори огнедишащи дракони.

Полъх от 50-те

Точно както и през пролетно-летния сезон, ретро вълната приижда от 50-те години на миналия век и отдава почит на елегантността на холивудските и модни икони Одри Хепбърн, Грейс Кели и Рита Хейуърт. Към нея връщат женствените костюми с богати поли до коляното и вталени сака, при които талията е подчертана с колан или с набор, роклите с дълбоко изрязано деколте, палтата с трапецовидна кройка и прозрачните чорапогачи в телесен цвят. Една от най-видните почитателки на тази тенденция е съпругата на принц Уилям – Катрин.

Поли и рокли върху панталони

Пола или панталон? Дизайнерите разрешиха тази отколешна дилема, като ги събраха в един тоалет. И то по какъв ли не начини. Карл Лагерфелд например



заложи на екстравагантното, като показва тесни панталони, наподобяващи клин, съчетани с прозрачни поли. А Марк Джейкъбс представи елегантна комбинация от прави панталони до глезена и рокли с трапецовидна кройка.

Казано накратко, тенденцията позволява доста голяма свобода при съчетаването. Единственото, с което трябва да се внимава, е моделът на панталона. Той в никакъв случай не бива да бъде прекалено широк, защото крайният резултат ще е най-малкото неестетичен.

Ах, този барок!

Изобилието е хит не само по отношение на моделите на облеклата, но и по отношение на декорирането им. Драматичният разкош на бароковия период се завръща под формата на богати златисти и сребристи нашивки, огромни копчета, наподобяващи бижута, панделки и кристали с внушителни размери, дръзки детайли от дантела и кожа с косъм, тъкани, имитиращи гоблен, и сюжети, взети направо от картини на прочути художници. Но на произведения на изкуството галеч няма да приличат само вечерните тоалети. Бароковите декорации ще красят също и ежедневни рокли, сака, костюми и палта.

Милитъри шик

Макар че надали има жена, която да не потръпва от мисълта за войни и военни



операции, милитъри стилът открай време се радва на безброй почитателки. Причината е повече от очевидна – облеклата, вдъхновени от военните униформи, по правило са изключително елегантни и удобни, шият се от първокласествени материали и цветовете им са приятни, но ненапратливи. През следващите месеци милитъри стилът ще е хит най-вече при саката и палтата. Не липсваха обаче и дизайнери, които се вдъхновиха от него за създаването на ежедневни рокли, при които строгата елегантност е смекчена с помощта на женствени детайли като тънки кожени коланчета, фини ръкави и обли деколтета. Всепризнатата модна икона Виктория Бекъм често се появява именно в такива модели.

Зимни цветя

Достигайки до единодушното



Кожени акценти

Облеклата от черна кожа са задължителни за всеки мъж, който тържи да е в крак с модните тенденции. И не става дума само за сака и палта, а също и за панталони. Излишно е да се уточнява, че носенето на последните изисква солидна доза кураж и не е препоръчително да се практикува от мъже над 40 години. Останалите е добре да залагат на модели, които не са прекалено тесни, и за предпочитане да ги комбинират с грехи от друга материя.

Съвсем безопасен вариант за следване на тази тенденция е изборът на облекла, които имат само детайли от кожа. Това могат да бъдат яки, джобове, ревери или маншети.

Черното доминира

Черното е абсолютен фаворит сред цветовете на сезона – и при облеклата, и при обувките. В почти всички колекции обаче присъстваше и синьото. Но докато през пролетта и лятото доминиращият му оттенък беше морският, сега то е в доста по-тъмни нюанси.

Както се случва открай време, тенденциите в дамската мода оказаха огромно влияние върху тези в мъжката. Затова и хитовите в момента облекла за силния пол са доста различни от тези в предишния есенно-зимен сезон, в който властваха етно елементи и жизнерадостни тонове и принтове. Актуалната мъжка мода е подчинена на следните три особености:

Елегантни кройки

Костюмите бяха в главната роля при представянето на колекциите за сезона и с това дизайнерите не оставиха никакво съмнение, че джинсите и спортните якета не са особено желани дори извън офиса. Добрата новина е, че актуалните в момента костюми и палта са далеч от строгата официалност. Точно обратното – моделите са с изчистена кройка, но небрежно елегантни. Кое то пък означава, че в зависимост от това, как са съчетани, са подходящи за носене при почти всякакъв повод.



САМО ЗА ДАМЪЖЕ

заклЮчение, че през есенно-зимните месеци няма по-приятна гледка от тази на щедро разцъфтели цветя, водещите дизайнери буквално отрупаха с тях тоалетите си. Използвайки ги не само като принтове, но и като разнообразни бродерии и апликации. За разлика от цветовете, които красяха пролетно-летните облекла, актуалните в момента флорални мотиви са предимно в тъмни или приглушени тонове и с по-скромни размери.

Червено или синьо

Есенно-зимната хегемония на черното и кафявото по традиция винаги се нарушава от някой подчертано дързък цвят. През настоящия сезон това ще правят цели два – яркочервеното и кобалтово синьото. Те ще освежават не само облеклата, но и обувките, чантите, аксесоарите и дори бижутата. Макар и не в толкова голяма степен, лилавото и пурпурното също ще са популярни.

ИМОТИ С ИСТОРИЯ



Замъците са изгодна инвестиция за търсачите на силни емоции и с дълбоки портфейли

АНТОН АНДОНОВ

Покупката и продажбата на старинни замъци отдавна не се приема за екзотика в света на недвижимите имоти, а седемцифрените суми в щатски долари изобщо не стряскат хората, желаещи да се сдобият с вековна старинна сграда с кули, бойници и стаи. А в момента на пазара се предлагат достатъчно атрактивни сгради, всяка от които с история зад гърба си. Развитието на този сегмент от търговията с недвижимости продължава да отчита госта добър ръст въпреки кризата. Или точно заради нея.

За някои от изграчките на пазара покупката на старинен замък сега е невероятно добра инвестиция, защото цените бележат истинско движение наголу. Те могат да избират между достатъчно богатото разнообразие в момента.

За други обаче такава начинание е истинско финансово самоубийство, особено ако от сделката се очаква бърза възвръщаемост.

За трети интересът към стари имоти е от колекционерски или исторически побуди. И наистина – друго е да знаеш, че в леглото, в което се излежаващ, е спала някоя историческа знаменитост.

Допълнителна екстра, която в най-добрия случай задържа предлаганата цена на имота, е разказвана от местните история. За собственика,

за някои от градинарите или за невъзможна любов зад стените на замъка. Легендите обаче не спестяват солените данъци, с които се облагат собствениците на крайградски имоти. Освен тях купувачите трябва да декларират, че всяко преустройство в имота ще се съгласува с местните власти, за да се запази автентичността на замъка.

Спорег сайта <http://all-castles.com/> най-популярните замъци в света се намират в добрата стара Европа. Сред тях са Голшанският замък, Замъкът на Ван Ойдонк, Замъкът Пелеш, Хемптън Корт, Косовският замък, Големият Екатеринински дворец, крепостта Хотин, Замъкът Уиндзор, замъкът в Шверин и Вавилонската кула. Статистиката сочи, че най-много запазени замъци – 123 на брой, има в Русия, с един по-малко – 122, са замъците в Австрия. Италия има 101, Германия – 112, Ирландия – 77, Франция – 64, Шотландия – 47, Англия –

54, Дания – 32, Чехия – 34, Испания – 28, Беларусия – 22, Полша – 19, Белгия – 17, Швейцария и Унгария – по 15, Уелс и Финландия – по 14, Албания – 12, Португалия – 11, Хърватска и Швеция – по 10.

България също присъства в статистиката с 18 запазени замъка, съседна Гърция има 12, Румъния – 5, а Турция – 11 двораца.

В Азия лидер по запазени замъци е Япония – 92, Китай има 8, а Индия и Иран имат по 10.

Отвъд океана в Канада има запазени цели 4 замъка, а географията на напоените с история сгради преминава и през Аржентина, Армения и Афганистан, Босна и Херцеговина, Израел, Египет и други 60 държави по света.

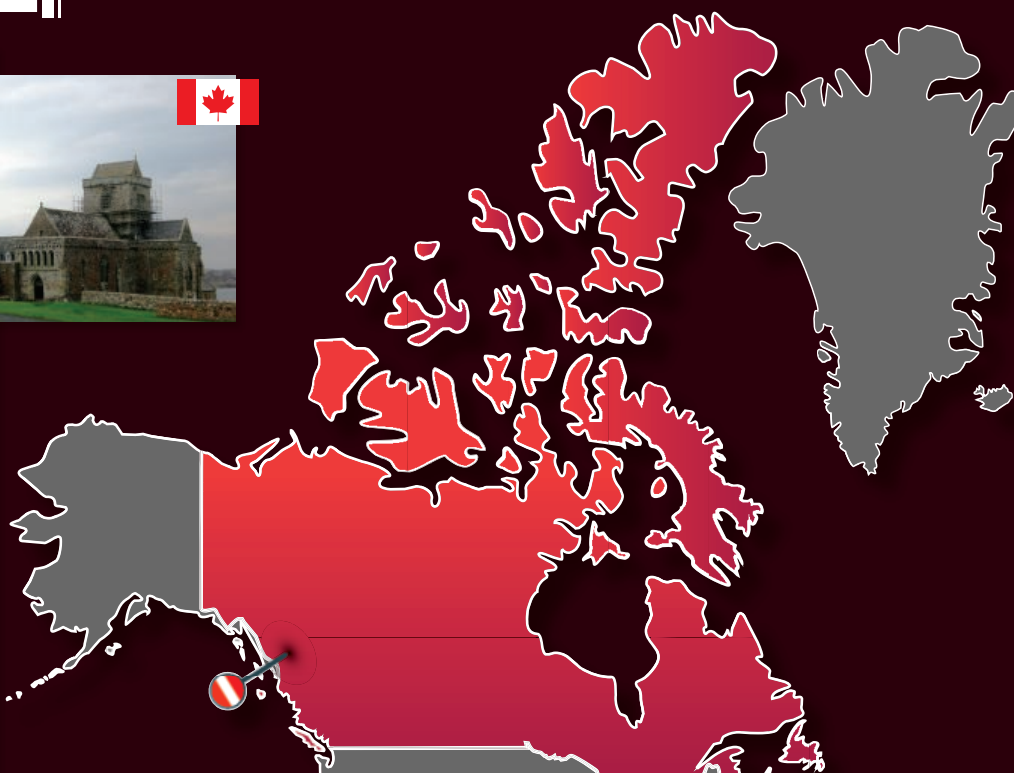
Голяма част от тях са реставрирани и достъпни за туристите по света. Други са частна собственост и затворени за посетители. Много са и онези, които са маркирани от археолозите, но все още не са реставрирани.

В момента в света действа борса за продажба на старинни замъци. Оферти се публикуват в интернет, а някои от сайтовете имат и секция на български език, което означава, че разчитат и на български купувачи - (<http://bg.eurobrix.com/property/castles/>). Но цените не са български. Най-ниската оферта в сайта стартира от 390 000 евро, а най-високата гони 32 милиона евро.

Продажбите на старинни замъци са хит заради спада на пазара. Не всеки може да си позволи такава инвестиция, но поне разглеждането на електронната борса е общодостъпно. В нея офертите са дори на български език

На остров в Квебек

22 милиона евро струва замъкът на канадския остров Ил Бизар. Това е единствената подобна постройка в канадската провинция Квебек, която се предлага на вниманието на потенциалните купувачи. Триетажната сграда се простира на 2045 квадратни метра и е разделена на 50 жилищни помещения. Освен тях в построяния през 2004 г. замък има зала за хранене, библиотека, винарска изба, специална зала за дегустация на вино, изложбена зала, кино, кабинет за масажи и пералня. На всичкото отгоре замъкът си има асансьор и система за компютърно управление. Към останалите екстри са градина, три гаража и голям басейн с подвижен стъклен купол и стени, откъдето се открива най-красивата гледка към зелените 4,83 хектара поля и езерото Дьо Монтан.



Съвременният

19,5 милиона евро струва най-новият замък в света. Той е построен през 2006 г. в градчето Регенсбург в Бавария. Въпреки че сградата няма навършени дори седем години, тя може да се похвали със своите 25 стаи, оборудвани по последния писък на модата от началото на новото хилядолетие, простиращи се на 1800 квадратни метра. Освен 60-те хектара гори и поляни в офертата влиза и невероятната гледка към езеро, на чийто бряг сякаш е кацнал замъкът.



Краи Кроазет



Само на пет минути от златистия плаж на Кан и на десет от известния крайбрежен булевард Кроазет, чийто прах са

гишали не една и две знаменитости от света на киното, се намира замък, построен през XVII век. Той се продава за 19,8 милиона евро, а в цената влизат главна сграда с площ от 2000 квадратни метра и 20 хектара парк. Стратегическото разположение на този замък – в покрайнините на Кан – и разделението на помещенията, го превръщат в изгодна морска инвестиция. Девет спални, две просторни тераси, няколко зали, библиотека, кабинет, спортна зала и стаи за обслужващия персонал са разположени в основния корпус на имота. В парка се намират къщата за гости, поле за игра на голф, царище за тенис, басейн и отделна сграда за прислугата.

Под погледа на Лъва

Замъкът на свети Флорентин се намира съвсем близо до Барселона - в градчето Канет де Мар. Триетажната сграда се простира на около 3000 квадратни метра и е включена в списъка с националното културно наследство на Испания. Това е една от най-красивите сгради в света, и се продава за над 14 милиона долара. Сградата от XI век е основно реконструирана в периода 1881-1912 г.



от архитекта Луис Доменек-и-Монтанер, който дори увеличава първоначалната ѝ площ. Входът на имота се „лази“ от два лъва, завързани на верига, които с времето се превръщат в символ на замъка. В офертната цена освен каменната сграда се предлагат и 42 хектара земя, където се намират градина с басейн, винарска изба, малък частен параклис, конюшня и винарска изба.



Домът на крале и императори

Замъкът Castello di Rayone в италианската провинция Пиемонт се продава за 45 милиона евро. Сградата е кацнала на хълм и е обградена от каменни стени с наблюдателни кули. Около стените пък се намира изкопан още през Средновековието пълен с вода ров, през който може да се мине само с подвижен мост. В двора има часовникова кула, построена в годините на Древен Рим. Собственици на имота са били император Отон I Велики, краля на Италия Ардуин, и династията Савой.

Замъкът е реставриран в края на XIX век от Алфредо Д'Анграде, а след 1992 г. вече разполага с всички съвременни удобства. Той има 30 спални и 47 стаи за баня, разположени на площ от 3700 квадратна метра.



В долината на Лоара



В долината на Лоара във Франция се продава замък за 30 млн. евро. Той се простира на над 3000 квадратни метра още през XVI век и е единственият, който се продава като частна собственост. Това означава, че новият му собственик може да го разруши или промени до неузнаваемост, без да иска разрешение от властите. Замъкът бе ремонтиран съвсем наскоро и има 15 спални и толкова бани. В цената влизат 32 хектара зелени площи и градини, конюшни, оранжерии, гора, река и езеро.

Най-сигурният

20 млн. евро струва замък на 40 км от Барселона, привличащ вниманието на купувачи от цял свят. Имотът се продава със славата на най-сигурната жилищна сграда в света. Замъкът е построен през 1470 г. край испанското градче Сент Андрес де Леванерас на площ от 2000 квадратна метра. През 1990 г. той е напълно реставриран и обзаведен с най-съвременната система за сигурност. Замъкът има уникални въздухопроводи, които осигуряват свеж въздух във всяка точка на сградата. В двореца има 9 стаи и 5 бани, а заедно с тях в офертата са включени 40 ха земеделска земя.

Раят за винарите

Ако е вино, да е Бордо. Тази мечта

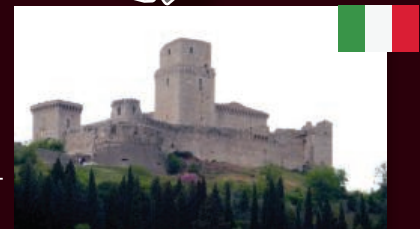


на истинските винари по света може да се сбъдне, ако някой от тях плати 22 милиона евро за старинен френски замък, намиращ се недалеч от френския град Бордо в района на Аквитания. Шестетажната сграда разполага с 3000 квадратни метра площ. Тук са обособени 77 стаи за живеене, в които властва интериорът в стил XVII век. Освен традиционната за френската аристокрация библиотека в сградата има зала за бiliar, но главната атракция на имота остават прилежащите към него 77 хектара лозя. Заклетите винари могат сами да произвеждат елитни вина от лозовите масиви, където растат сортове като Совиньон блан, Каберне Фран и Семийон.

Тайният замък

58 милиона евро е най-високата цена, срещу която в момента може да се купи замък в света. Сградата е архитектурен паметник и се намира в италианската провинция Умбрия, близо до град

Перуджа. Жилищната площ на замъка е почти 10 000 квадратни метра, а площта на обкръжаващия го парк е 180 хектара. Офертата обаче е обвита от мистерия, защото няма снимки и повече информация за замъка.



С хеликоптерна площадка



На един час път с кола от сърцето на обединена Европа – Брюксел – се намира градчето Марш ен Фамен. Тук се продава исторически замък, построен през XIII век за 25,5 милиона евро. В сградата има 80 спални, всяка от които има самостоятелна баня. Кула с часовник, кино, зала за бiliar, няколко стаи за релакс, три бара, закрит басейн, сауна, площадка за

качане на хеликоптери, конюшня и паркинг за 150 автомобила придават съвременния облик на замъка. Той се намира в идеално състояние, защото пълната му реставрация приключи едва в края на миналата година.

СТРАНАТА НА РОЗОВИТЕ КОРАЛИ

Освен с уникалния природен феномен, който се вижда дори от Космоса, Австралия е емблематична и с операта в Сидни, кенгурото, тасманийския дявол, вълните мечта за сърфистите. Така обиколката на Зеления континент се превръща в повече от незабравимо изживяване.

АНТОН АНДОНОВ

Те опасват 2500 км от североизточното крайбрежие на Австралия. Тяхната красота и магнетична сила са неописуеми, а цветовете, с които омагьосват, включват всички нюанси на сгъгата. Но Кралят на коралите в Големия бариерен риф в Коралско море има мек червеникав цвят, клонящ към розовия. Заради него славата на Австралия като родина на розовите корали, известни с причудливите си форми, големина и изящност, се носи надлъж и нашир.

Географите твърдят, че Големият бариерен риф със своите 348 698 кв. км е по-голям от Великобритания. В северната част широчината на коралите е около 2 км, но в южната достига 152 км. Всъщност, рифът е едно от най-феноменалните кълмчета на нашата планета. Колкото и невероятно да звучи, той е единственият жив организъм, който се вижда дори от Космоса. Най-голямата коралова система на планетата е съставена от множество малки коралови полипи, чиито костни скелети са скрепени заедно и формират фантастични многоцветни образувания. На пръв поглед те приличат на скали, но всъщност са живи организми. Според учените рифът е на завидната възраст от 18 милиона години и освен в атрактивна туристическа дестинация се е превърнал в убежище за огромен брой риби.

Съвременната история на Големия бариерен риф започва преди 8000 години. Тогава на малка дълбочина във

водата започват да се формират нови пластове върху съществуващи стари фундаменти от корали. Рифообразуващите корали могат да виреят само в прозрачна, чиста, мека и топла вода, а за растежа им основен фактор са приливите и отливите. Тъй като през голяма част от своята геологична история Австралия се е намирала госта по на юг като част от Антарктида, то едва след откъсването на континента от ледената земя преди 65 милиона години районът дава възможност на тези организми да се развият. Най-старите корали в Големия бариерен риф са на възраст 400 000 години, а най-младите, разположени по върховете на старите, са на около 200 г. и се показват на около 15-20 м под водата.

Кораловите рифове са особено чувствителни. Те не виреят във вода, чиято температура е под 17,5°C, и искат тя да е солена. Невероятното съчетание на природните фактори е дали възможност в Големия бариерен риф да живеят повече от 400 различни вида корали. На практика всеки от тях представлява малък подводен град, посторен от живи животни (коралови полипи), които обикновено живеят заедно в колонии. Връзката помежду им става с помощта на малки микроскопични растения, които живеят вътре в тях. Растенията придават на коралите техните цветове и улавят енергията от слънцето чрез фотосинтеза - точно както растенията, които виреят на сушата.



Розовите корали са запазена марка на австралийския риф

Освен различен цвят коралите имат и причудливи форми. Някои от тях приличат на розата на елен лопатар, други - на гъби, трети - на зеле. Корали с вид на човешки мозък, пита, глоча допълват многообразието на вида, който е оцветен в различни цветове.

Най-разпространени са жълтите, различните оттенъци на червеното, оранжево, кафяво, бяло и пурпурно синьо. Безспорно номер по красота едно сред тях е розовият коралов риф (*Pocillopora*) в Reef Rottnest, който поразява от пръв поглед. С него си съперничи единствено черният корал, който живее на дълбочина 20 м и навремето се е използвал за бижу към гамските тоалети. В Големия



барьерен риф има най-малко 300 вида твърди корали, червеи, гъби, раци, скариди, омари, коремоноги и се обитава от над 15 хиляди вида риби. Ако към гледката се добави фактът, че коралите растат с по-малко от три сантиметра на година чудото, наречено рифове, изглежда почти неземно. Във водата основен враг на Големия Барьерен риф се нарича морската звезда „трънен венец“ (*Acanthaster planci*), която безмилостно разкъсва коралите и ги изяжда.

Големият барьерният риф край Австралия е част от списъка на Световното наследство на ЮНЕСКО от 1981 г., но страната предлага достатъчно други възможности на туристите, избрали да прекарат ваканцията си на континента в южното полукълбо. Годишно тук пристигат над 2,6 млн. души, основ-

но от САЩ, Великобритания и Нова Зеландия. За всички тях животът в Австралия е хубав и безгрижен. Времето е топло, слънцето напича силно през цялата година, а впечатлението, че тук всеки – от емигранта до премиера – живее добре, не е измамно. Държавата континент е достатъчно голяма, за да даде възможност на всеки да живее живота си както го разбира. Затова въпроси от рода каква кола караш, колко бани има в квартирата ти или къде работиш са по-скоро изключени. Помощите за безработни са достатъчни, за да осигурят не само оцеляването на австралиеца, но и да му стигнат да попълва където му се иска. Споровете за политика срещат безмълвния отговор на човека отсреща и просто не се получават, защото хората са заети с това да

живеят добре и не се интересуват кой ги управлява. Спокойствието, което особено се нрави на чужденците в Австралия, е обзело дори ресторантите, където келнерите не бързат да вземат и изпълнят поръчката, а оставят туристите да се насладят на последното предложение в менюто.

Още по-богато е „менюто“ с местата, които страната може да покаже пред изушения поглед на туриста. В Кралската ботаническа градина в Сидни могат да се видят скачащи по дърветата летящи лисици и диви какагу, които се хранят от човешка ръка. Шоуто с гресирани делфини е в „Морски свят“ на Златния бряг, а ако адреналинът в кръвта е малко, то разходка с лодка в пещера на оживял вулкан ще го вдигне до максимума. Същият ефект



Големият барьерен риф привлича с магнетизъм туристи от цял свят

Сините планини

Сините планини са едно от най-красивите кътчета на планетата. Те носят името си от синкавата мъгла, която редовно се разстила над гористите местности и се стели както по планината, така и по небето. Местността около тях обединява седем национални парка, а Сините планини се намират в областта Ню Саут Уелс, на 120 км западно от Сидни. Преди европейците да заселят тези хълмисти места, те вече са били обитавани от хилядолетия от аборижените.

Сините планини са възхитителен развлекателен комплекс от 26 градчета, които предлагат всичко - от турове до сувенирни старинни предмети за спомен.

В Австралия живеят около 20 млн. души, 85% от които в градовете. Според статистиката мъжете тук живеят средно 77, а жените - 83 г. Континентът е събрал представители на 80 народа от целия свят. Освен австралийци тук живеят англичани, шотландци, немци, холандци, италианци, хървати, македонци, поляци, словенци, сърби, украинци, и разбира се – българи. Официалният език е английският, а религията на 97,2% от населението е християнската. 68% от християните са протестанти, почти 30% са католиците, а православните – 2,8%.

Това разнообразие започва да се формира след 1606 г., когато холандският мореплавател Янсзон достига пръв бреговете на Австралия. През 1770 г. английският мореплавател капитан Джеймс Кук посещава континента и го обявява за владение на Великобритания, която започва да заселва там най-напред затворници. Златната треска в периода 1851-1861 г. привлича и 15 000 британци, след като на континента вече са заточени 155 000 осъдени. Британското

Страната-континент

Влияние върху Австралия остава и днес. Страната е парламентарна монархия - федерална държава в състава на Съдружество, възглавявано от Великобритания. Глава на държавата е кралицата на Великобритания, представена в Австралия от генерал-губернатор. Висшият законодателен орган в страната е федерален парламент, състоящ се от Сенат със 76 сенатори и Палата на представителите от 148 депутати. Изпълнителната власт е в ръцете на правителството, водено от премиер-министър.

Австралия днес е страна с добре развита добивна промишленост и селско стопанство. Тя е богата на желязна, уранова, манганова руда, въглища, нефт, газ, боксити. Богатите природни ресурси и силното производство правят независим континента от останалия свят. В животновъдството се гледат 200 милиона глави едър розгат добитък и над 170 милиона овце. Страната е най-големият производител на износител на вълна в света и в челната тройка на износителите на месо, пшеница и млечни продукти.

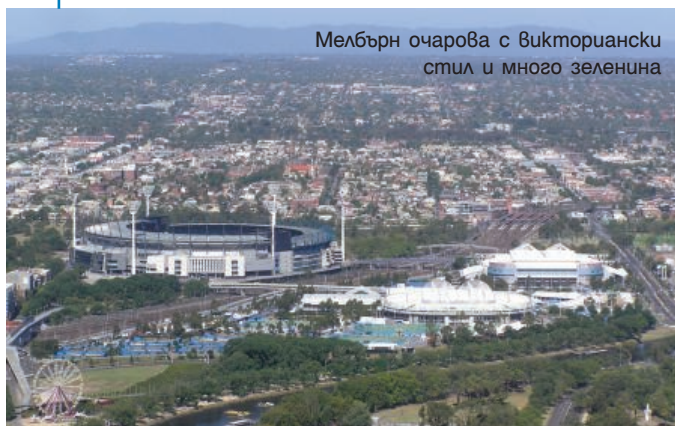
е гарантиран при разходка на водни ски. Атракционът „Светът на мечтите“ обещава да сбъдне детските желания да се превърнеш в герой от приключенски, комедиен или фантастичен филм, а в краен случай идеята да избиращ от 500 вкусни плода, които да откъснеш сам в парка „Светът на тропическите плодове“ също не е за изхвърляне. Тук расте ябълка с вкус на шампанско. Сортът „Вабако“ има приятен аромат на ананас, а с първата хапка в устата се разнася неповторимото усещане на пенливото вино. За търсачите на силни усещания обаче е и северната част на континента, където живеят аборигените. В тази част на страната се намират няколко национални парка, които омагьосват с красотата си. Тук са Националният природен резерват на пустинята

Танами, Националният парк Грегори, Националният парк Какагу и два по-малки резервата. Обширни пустинни райони, най-топлата пустиня на света - Пилбара, която се простира на 510,000 кв. км., прочутите алени планини Олгас, най-красивият коралов риф в света и най-високата глина на земята, намираща се на остров Мортън дописват географията на Австралия. Към визитката на континента задължително трябва да се добавят животни като кенгуру, коала и най-малките пингвини в света. Освен тях Австралия предлага безкрайни пясъци, океан, акули и вълни мечта за всеки сърфист, както и среща с оригинала на известния филмов герой - Тасманийският дявол, който живее на едноименния остров наблизо. И макар че Австралия е най-малкият континент на Земята, той

съчетава в себе си забележително природно разнообразие от уникален животински и растителен свят, гревни природни обекти и впечатляващи космополитни градове. А това е повече от достатъчно, за да накара местните да не се интересуват какво се случва извън техния континент. Не случайно този поглед към обкръжаващия свят е отразен на гипсов барелеф на централната поща в Сидни, където в центъра на земното кълбо е петият континент, а останалите са с едва забележими очертания. Може би тази самогостатъчност кара австралийците да купуват само местни продукти от магазините. А това се оказва повече от лесно, защото всички национални стоки имат на етикета си символ на Австралия - кенгуруто, което няма как да не бъде видяно.

15 332 км отделят София от австралийската столица Канбера. И 3590 евро плюс 540 евро за летищни такси. За влизане в страната трябва и валидна австралийска виза, която струва 60 лева. Срещу цената туристически агенции организират между 15- и 20-дневно пътешествие до Австралия. В зависимост от предложението пътят минава с междинни спирки в Катар и Сингапур, където също има организирани посещения на местни атракции. На четвъртия ден е полетът за Мелбърн – града, който покорява с широките и елегантни залесени булеварди и паркове в английски стил, уютни кафенета, спретнати ресторанти и елегантни магазини. Тук се движи един от малкото запазени в света стари градски трамваи, превърнат в ресторант, в който може да се похапне, докато се пътува. Градът предлага солидни изкушения за хората, интересувани се от съвременно изкуство, с многото си музеи и галерии.

Пътят от Мелбърн към Сидни по суша прогължава три дни. Той минава през Олбъри и Канбера и е осеян от предизвикателни срещи с видни представители на австралийската фауна - коали, кенгуру, крокодил. Златната треска от 1851 г. днес се усеща в най-богатата златна жила в света, а при повече късмет може да отнесете и късче злато, открито



Мелбърн очарова с викториански стил и много зеленина



Ако разполагате с достатъчно време за обиколка на Зеления континент, непременно вижте Сините планини

при промиването на златоносен пясък. Олбъри е стар провинциален град, запазил атмосферата си от XIX век, който е известен освен със златните си мини и с невероятните си винарни.

Точно по средата на пътя между Мелбърн и Сидни се намира столицата на Австралия – Канбера. Името на града означава „място за срещи“ на аборигенски. Градът изненадва с планировката на американския архитект Уолтър Бърли Грифин, който е създал модерна архитектура за началото на миналия век с много градски паркове, градини и изкуствени езера.

Пристанищният град Сидни се намира на брега на един от най-красивите заливи в света. Мегалополисът е истинска смесица от култури и раси. Освен красивото пристанище градът се гордее и със Сините планини, в чиито поли е разположен.

На час полет от Сидни се намира най-северният град в Австралия – Кернс. Той е отправната точка към Големия барьерен риф, където живеят най-красивите корали в света – розовите. След още един вътрешен полет и три други прекачвания в посока София завършва пътешествието до грузия край на света, където сезоните са точно обратни на нашите – през зимата тук там е лято.

Операта в Сидни

Операта на Сидни е емблемата на града. Сградата е дело на архитекта Йорн Утсон и е открита на 20 октомври 1973 г. Това е една от най-модерните сгради в света. Архитектът работи по проекта 9 г. Строежът започва през март 1959 г., но 7 години по-късно датчанинът се отказва от проекта, защото неговите колеги успяват да наложат промяна в проектирания интериор, за да спестят пари. Сградата е готова след още 7 г., но вместо да излезе по-евтино от предвидените 7 млн. щатски долара, цената ѝ скача 14 пъти. Йорн Утсон така и не отива в Сидни, за да види завършено своето произведение.

Операта има 1000 помещения, 2 големи зали за оперни спектакли и концерти, 5 театрални, 5 репетиционни



Операта в Сидни е една от емблематичните сгради, която всеки човек на планетата може да разпознае

зали, 4 ресторанта, 6 бара и магазини за сувенири. Тук се намира най-големият орган в света. Той има 10 244 тръби, висок е 16 метра и широк 13 м. Органът е построен в Лондон и доставен в Сидни през 1990 г.

Покривът на операта е покрит с 1 056 006 плочки, които са поставени така, че да се самопочистват. Сградата е дълга 183 и широка 120 метра и се поддържа от 580 бетонни колони, потопени на 25 метра под водата.

Топ 10 на туриста



Ayers Rock


Няма друга монолитна скала в света, която да променя цвета си при изгрев и залез слънце като Ayers Rock. Новото име на скалата е Улуру, но тя пак се намира в равнинна местност и изниква сякаш от нищото.

Кенгуру Айлънд



„Kangaroo Island” е третият по големина остров в Австралия след Тасмания и Мелвил Айлънд. Времето сякаш е спряло на този остров. Природата е непокътната и е запазила животински видове, които не се срещат никъде другаде - австралийски албиноси, морски лъвове и сини пингвини.

Great Ocean Road




Това е един от най-красивите панорамни пътища в света, криволичещ край крайбрежието на Мелбърн. Дълъг е 250 км и е построен в памет на войниците, загинали през Втората световна война. Пътят преминава през красиви скали и самотни плажове.

Големият бариерен риф



С богатото си биологично разнообразие Големият бариерен риф е сред най-големите места за посещение в Австралия. Той се намира в крайбрежието на Куинсленд в Коралово море и е най-големият коралов риф в света.

Долината Бароса




Най-известните марки вина в света – Yalumba и Wolf Blass, се произвеждат в долината Бароса.

Сидни Харбър Бридж



Мостът Сидни Харбър е изграден над пристанището на града. Той се издига на 134 метра надморска височина и от него се разкрива гледка почти над целия град.

„Черупката” от вътре



Край пристанището на Сидни се намира Операта. Нейната модерна архитектура е във формата на черупка, а акустиката ѝ е отлична.

Национален парк Purnululu




В западната част на страната се намира Националният парк Purnululu.

Стените на Йерусалим



Паркът е наречен така заради приликата си със стените в град Йерусалим.

Kings Canyon



Каньонът се намира в Националният парк Watarrka.

ИНОВАЦИОННИ ГОРИВА



ecto

Безупречно качество
в съчетание с икономия и грижа за природата.

ЧИСТА ЕНЕРГИЯ

98

95

DIESEL

www.economymagazine.bg

НОВИНИТЕ В ДВИЖЕНИЕ
www.economymagazine.bg

Изтеглете мобилното приложение на агенция „Икономика“ за своя телефон

iPhone & iPad



Android

