

Apple
сменя тона

Къде са
парите

Живот в Гърция
и в България

Позитивният
офис

+ ПРИЛОЖЕНИЕ
ЗА БАНКИТЕ

МЕНИДЖЪРЪТ

БРОЙ 2 (172). ФЕВРУАРИ 2013. ЦЕНА 5 ЛВ. WWW.MANAGER.BG

МЕНИДЖЪР ♥ ПРИРОДАТА

**ЗАПЛАТИТЕ
В МАРКЕТИНГА**

**НУРИЕЛ РУБИНИ
В СПЕЦИАЛНО
ИНТЕРВЮ**

**ТОЗИ ЛУД СВЯТ
НА РЕКЛАМИТЕ**

**НАПИШИ ГО
НА РЪКА**

**ЩЕ ВЗЕМЕТЕ
ЛИ НА РАБОТА
ТОЗИ МЪЖ?**

**PRO - НАЙ-ДОБРАТА
СЕЛЕКЦИЯ**



Теодора Петрова

**ОТ „ЛИБРА“:
Жената
управлява
фирмата,
както си гледа
семејството -
тя обгрижва**



9 771311 213007 02

ТЕМА НОВАТА НОРМАЛНОСТ НА ЛУКСА

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

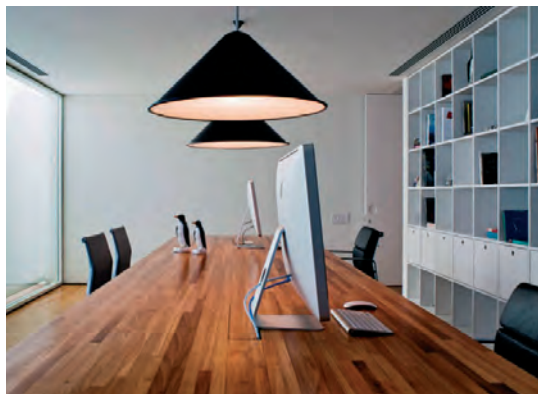
www.biblio.bg



БРОЙ 2



22 ТЕМА Новата нормалност на лукса



54 Позитивният офис



66 Ще вземете ли на работа този мъж?

8 АССЕНТ

10 Не очаквайте в България погемът да гоїде отвън, интервю с Нуриел Рубини

14 Бедните са без образование

18 Сегемте неща, които научих за прехода

20 Без романтика и носталгия

22 ТЕМА Новата нормалност на лукса

32 MANAGEMENT

34 Теодора Петрова: Жената управлява фирмата, както си гледа семейството - тя обгрижва

40 Заплатите в маркетинга

42 Парите и щастието

46 Изпълнение със сърце и гуша

48 Apple сменя тона

50 Юрий Милнер - вторият Нобел

54 Позитивният офис

58 Mtel и Менеджърите

60 MARKETING

62 Добре дошли в лудия свят на рекламата

64 Атмосферика по Котлър

66 Ще вземете ли на работа този мъж?

70 Цветето на живота

72 Facebook е най-добрият канал за онлайн търговия

73 РАБОТЕЩИ ПАРИ - приложение за банките

74 Бизнесът търси най-добрите условия

78 По-ниските лихви са за проекти с по-малък риск и за клиенти с по-висок рейтинга

80 Банките в числа

81 ПроКредит ще управлява портфейл за 100 млн. евро по "Джерему"

БРОЙ 2



122 Tutto Italiano



130 Магазин на мечтите



144 Цъвети от "Мениджър"

82 Фиксирана лихва за 3, 5, 7 или 10 години с кредит "Перфекто"

84 Договорните фондове - модерна форма за управление на спестяванията

85 ECONOMY

86 Краят на кризата зависи от политиците

90 Къде са парите

96 10 еднакви въпроса към чуждите мениджъри

98 Живот по гръцки и живот по български

102 Земеделието възкръсва

106 Обществената поръчка е потенциален пазар за всяка фирма

108 Тест? The best!

109 GLOBUS

110 Явлението Берлускони

113 PRO

116 Red, red wine

118 Хубавото вино се създава с много любов, а любовта се отбелязва с хубаво вино!

120 Светът на уискито

122 Tutto Italiano

128 SCI-TECH

130 Магазин на мечтите

133 MODERNITY

138 Както Ви се танцува

142 Напиши го на ръка

144 Цъвети от "Мениджър"

146 Комикс

Нуриел Рубини: Не очаквайте в България подемът да дойде отвън

Със сигурност кризата в Европа ще продължи през тази и следващата година

Господин Рубини, накъде върви светът и световната икономика?

- Напредналите пазари ще имат по-слаб ръст от развиващите се. Среднотатистическият развиващ се пазар ще расте с 5-6% годишно, а някои, като Индия и Китай, дори с повече. Напредналите имат потенциал да растат с около 2%. За ЕС и Япония растежът ще е по-нисък, а за САЩ - около 2,5%. Умереният растеж на Китай не е устойчив, защото има прекалено много гържавни инвестиции, голям износ и недостатъчно потребление. Част от разходите за труд в Китай нарастват, но производството се премества към други части на Азия. Някои ико-

номически дейности ще се върнат в САЩ, но те са много капиталоемки. Фабриците на бъдещето сигурно ще имат по 1000 машини или роботи и един човек, който да чисти пода.

- Кои са новите опасности, към които трябва да бъде насочено вниманието на Европа?

- Кризата в Евророната остава неразрешена. Фундаменталните опасности остават едни и същи от дълго време насам. Те са общи за Испания, Португалия, но и за другите страни в периферията. Липсва икономически растеж, рецесията е реална, икономиката се свива. Със сигурност кризата в Европа ще продължи тази и следващата

година. Първо, заради фискалните ви икономии. Второ, защото стойността на еврото е прекалено висока и продължава да расте. Трето, защото има кредитна криза в банковата система на периферните страни. Възстановяването ще е слабо заради доверието на потребителите, което все още е съвсем незначително. Потенциалният растеж ще е нисък заради застаряването на населението, ниския ръст на производителността и бавните структурни реформи. Имате загуба на конкурентоспособност през последното десетилетие, тъй като заплатите растяха повече от производителността. Освен това много европейски страни

Нуриел Рубини, известният американски икономист, бе отново в Париж, в града, в който точно преди 5 години предрече най-тежката световна рецесия от 60 години насам. Сега той участва в конференцията "Рисковете пред гържавите", организирана от "Кофас", международната компания за кредитно осигуряване и застраховане. Темата на речта на Рубини бе "САЩ: Залязваща сила?". В нея световният икономист очерта добри перспективи пред Америка, но в дългосрочен план. Веднага след експозето Рубини се срещна с избрани журналисти от световни издания, сред които и "Мениджър". Нашето списание бе единствената медия от Централна и Източна Европа.

concours international
de chronométrie **Le Locle**
2011



1st Prize in the Classic Category



T+
TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853
INNOVATORS BY TRADITION

TISSOT LE LOCLE AUTOMATIC CHRONOMETER

Classic watch with an automatic COSC certified movement, 316L stainless steel case, scratch-resistant sapphire crystal and water resistance up to 3 bar (30m / 100ft).

IN TOUCH WITH YOUR TIME

Get in touch at www.tissot.ch

The winner timepiece of the International Timing Competition, "Tissot Le Locle", portrays the innovative and traditional values of the brand. It pays tribute to the people of Le Locle who allowed Tissot to begin their exceptional journey nearly 160 years ago, providing them with the experience and skills they have today. This prize is therefore dedicated to all of those who contributed to the expertise that remains unique to Switzerland.

JULLIANY

София: НОВ Магазин SERDIKA CENTER et.1, Mall Sofia et.1, ЦУМ партер, ул.Г.С. Раковски 70, бул. Ген.Скобелев 53, бул. Витоша 59, ул. Граф Игнатиев 1, бул. Васил Левски 93, Sky City Center, Пловдив: Mall Plovdiv- ул. Перущица 8, ул. Железарска 3. Варна: Mall Варна, ул. Княз Борис I 45, Княз Борис I 32 м-н Класик, ул.8-ми Приморски полк 81. Бургас: ул. Богориди 23, ул. Александровска 69, Mall Plaza. Русе: ул. К. Иречек 6, ул. Александровска 81. Добрич: ул. Независимост 3- м-н, Женева. Стара Загора: бул. Руски 30. Хасково: ул. Г.С. Раковски 4. Сливен: ул. Цар Освободител 32. Враца: ул. Н. Войводов 2. Плевен: ул. Д. Константинов 23А. Шумен: ул. „Славянски“ 30. Благоевград: ул. „Т. Александров“ 19.

www.julliany.com

НОВАТА НОРМАЛНОСТ НА ЛУКСА

Казват, че пазарът на луксозни стоки е най-стабилен, но това не означава, че в него не се случва нищо. Напротив, тежат много и различни процеси. Постепенно отпаднаха квазипродавачи и купувачи. Така той стъпи на по-здрава почва и стана по-истински и по-професионален. За новата нормалност на лукса и за интереса към различните сегменти, моля, четете в следващите страници.

За едната автентичност

Купувачите стават все по-прагматични, профилът им се избистря

В четвъртата-петата година от кризата гори потреблението на хората с най-високи доходи в България става прагматично. От бизнеса с луксозни стоки и услуги отпадат квазикупувачи и прогавачи. Стъпва на по-зрява почва и става по-истински и професионален.

Това е най-общият отговор на въпроса дали и как трудните времена променят най-високия сегмент на пазара в страната. Нагнчаеме в него не просто заради любопитство дали в кризата "богатите също плачат". Картината за нагласите и потреблението им ориентира какво може да се очаква и в останалите сегменти. Тя частично подсказва и как се развива обществото - като "пирамида", в която различните прослойки са представени пропорционално и относително солидарно поемат икономическите несгоди, или по могола "пясъчен часовник" - в който богатите стават все по-богати, бедните все по-бедни, а средната класа се топи.

"В България потребители на лукс са около 5 хил. души, предимно в София. За такива приемаме хората с доходи над 60 хил. евро годишно, които според ценностите и вкуса си ги харчат за различни неща - било то кола от по-висок клас, околосветско пътешествие, за часовник от 2 хил. евро", казва Ирена Комитова, издател на сп. Premium Lifestyle. "Вярна е тенденцията, че тези хора са намалили покупките си на луксозни стоки. Както е вярно и че има top of the top, които няма да се откажат, но те най-често купуват отвън", добавя тя. Пазарува се в чужбина и от дискретност, и от прагматичност, тъй като и бездруго целият разкош в стра-

ната е вносен. Български луксозни марки от международна величина на този етап липсват.

За жалост, случващото се на луксозния пазар може да се опише само чрез индивидуалните наблюдения на търговци при имотите, автомобилите, яхтите, бижутата, пътуванията, донякъде дрехите и парфюмите и пр. Това са само парчета от пъзела. Но нито преди кризата, нито сега има обобщена статистическа информация за луксозния сегмент в България. Картината е мътна и защото през пазара на лукса, както е известно, навсякъде по света минават част от капиталите, генерирани в света икономика. Логично би било в кризата те да се увеличават, макар и да не очакваме някой от бизнеса да го каже.

Наред с това се предлагат "госта фалшификати на луксозни стоки. Няма ефикасен контрол и това подковава критериите на потребителите и развива характеристиките на лукса спрямо другите високо пазарни сегменти", добавя Петя Стефанова, мениджър за страната на "Еверет", вносител и дистрибутор на парфюми и козметика (от Chloe, през Cacharel, до Giorgio Armani).

Отделно и профилът на потребителите на лукс в България е в процес на изкрystalизиране. "Луксозното потребление в страната няма традиции. Наследствена аристокрация липсва. Клиентите на луксозния сегмент, основно self-made хора, са се формирали през последните двадесет години. Те все още опознават марките и степента им на лоялност е ниска", казва Александър Миланов, управител на "БМВ Груп България", официален представител за страната на марките BMW и MINI. При това през 2006-2008 г. на базата на кредити и сиви доходи луксозният сегмент се разпростира по-бързо,

“ Потребители на лукс са около 5 хил. души, предимно в София. За такива приемаме хората с доходи над 60 хил. евро годишно. ”

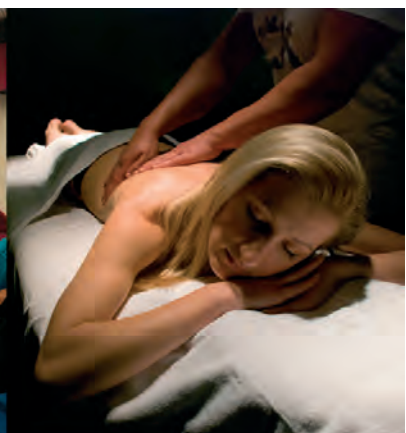
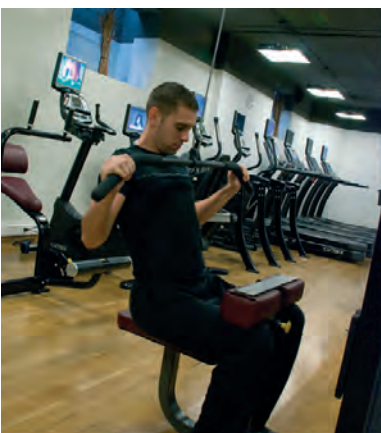
Богатите харчат парите си за различни неща - било то кола от по-висок клас, околосветско пътешествие, за часовник от 2 хил. евро



отколкото реално би съответствало на стандарта и доходите на българина. После, когато достъпът го финансиране става по-труден, махалото започва да се връща към равновесно положение. "И вече започват да се избистрят истинските потребители във високия сегмент. Това са хора, чието състояние идва по линия на реституция, приватизация, мениджмънт или бизнес на зелено. Но

процесите и тук все още не са приключили заради множеството погводни камъни от тупа на закъснели плащания, междуфирмена задлъжнялост и пр."

Миланов, чиито са и метафорите за пирамидата и пясъчния часовник, е убеден, че обществото все повече върви към пирамидална европейска структура. В компанията разграничават луксозния от премиум сегмента. При луксозните автомобили це- ▶



ФИТНЕС **SCYBEX**

Луксозна атмосфера;
Модерно оборудване;
Персонални треньори;
Влезте във форма в нашата фитнес зала и победете стреса!

СПА

Перфектна комбинация от сауна, парна баня, релакс зона и уникален топъл басейн, които гарантират страхотно изживяване!

КЛАСОВЕ

Квалифицирани треньори;
Групи до 6 човека;
Бъдете модерни и тонизирани с Пилатес и класове по самоотбрана!

МАСАЖИ

Събудете сетивата си и влейте енергия и радост за утрешния ден с масаж по ваш избор.



НАШИТЕ КЛИЕНТИ СА ИЗКЛЮЧИТЕЛНИ !

ул. "Бачо Киро" 26-28, София, Платинум Бизнес Център
Тел: 02 / 481 01 78, 02 / 983 24 73, www.platinumhealthclub.bg



ТЕОДОРА ПЕТРОВА:
ЖЕНАТА
УПРАВЛЯВА
ФИРМАТА,
КАКТО СИ ГЛЕДА
СЕМЕЙСТВОТО -
ТЯ ОБГРИЖВА

Когато вложиш сърце
В бизнеса, успехът идва,
казва мениджърът на "Либра"





Казват за фармацевтичния бизнес, че криза не го лоби. Как върви вашият бизнес?

- Миналата година за първи път беше трудно, а тази година не се очертава да е по-лесна. Правителството оптимизира разходите за лекарства, съответно съкрати нашите маржове. Нашият оборот за миналата година е над 500 млн. лева с ДДС. От тях ни остава печалба от 0,3-0,5% с всички рискове, които поемаме. Близо 70% от цената на едно лекарство са на производителя. Търговецът на едро има марж в порядъка на 3-4%. Аптеката има марж от 10 до 12% и гържавата има константните 16,7%. В рамките на нашата печалба ние трябва да платим всичките си разходи. Зареждаме 3000 аптеки по три пъти на ден. Имаме 300 маршрута дневно. Номенклатурата ни е от 12-13 хил. позиции. Това са големи разходи за бензин, за работни заплати и автомобили.

Но човек в годините успява да лавира, кризата го научава и като знае къде са му резервите, започва да черпи и от тях.

Разбира се, трудностите ни не могат да се сравняват с кризата в другите сектори, като строителство например. Да, нашият пазар, колкото и да е тежък, все пак бележи ръст заради навлизането на нови, иновативни продукти, модерни молекули за сложните заболявания. И с това компенсирате орязването на цените от гържавата.

- Доколко успехът на бизнеса зависи от фигурата на мениджъра?

- Мениджърът е този, който трябва да даде визията какво ще се случи в бъдеще. Трябва да бъде генератор на идеи как може да се преодолеят препятствията. Най-важното е да съумее да сплоти колектива си така, че да гледа в една посока. Нашата цел е да предоставим достатъчно добра услуга на клиентите ни - лекари, болници и аптеки, и съответно служителите в "Либра" да бъдат удовлетворени от своята работа и заплащане и да се чувстват спокойни за бъдещето си. Мениджърът трябва да създава комфорт на средата, която управлява, и да отстранява елегантно проблемите.

- Има ли значение фактът, че сте жена?

- Вероятно има разлика в маниера. Егото и тестостеронът при жената не са фактор. Не е необходимо винаги ти самият да бъдеш най-умният. Жената управлява фирмата по начина, по който си гледа семейството. Тя обгръща.

- Казват, че по време на криза жените по-добре се справят, защото са по-гъвкави в решенията си.

- Жената е креативна, комбинативна, широко скроена и не се притеснява от това да си загуби егото. В една фирма, управлявана от мъж, на първо място е алфа-воначалът. При компаниите, управлявани от жени, екипът е най-важен, резултатите не са самоцел. Но пък жените са по-разхвърляни, а мъжете имат стриктно аналитично мислене. Разбира се, винаги съществуват изключения. Най-добре е да има баланс и в мениджърския екип съотношението между мъже и жени да е приблизително равно. Това е здравословно за общу-

ването, за раждането и реализирането на идеи.

- Тогава вероятно подкрепяте лобито в ЕС, което настоява за полови квоти в мениджърските състави?

- Да. Аз работя в немска компания - Phoenix, където 99% от мениджърите са мъже. Това е търговец с оборот от 23 млрд. евро в 23 гържави. От 23-имата директори само аз съм жена. И писмата до нас от главния мениджър започват така: "Скъпа г-жо Петрова и госпожа...". В гържавите от бившия съюз не е проблем за една жена да израсне в кариерата, защото жените работеха и си гледаха семействата гълаи години наред. Докато германките си гледаха децата.

- А трябваше ли да мине време, докато партньорите ви мъже погледнат с доверие към вас?

- Аз явно съм се доказала пред тях, защото съм създателят на "Либра". Може да им е било странно в началото, но са го преодолели. И въпреки това винаги има някакво учудване. Като се замисля, само в Италия финансовият директор на гъщерната фирма е жена. Във Франция и Англия жени на ръководни позиции в компанията няма.

- Значи има още за какво да работи женското гъвижение по света?

- Точно затова е целият разговор за квотите. На мъжете им е удобно да си общуват помежду си. Тези системи малко наподобяват армията по субординация. Когато се намеси жена, те се обръкват.

- Какъв е стилът ви на работа? Кои са ви приоритетите?

- Много гържа на разговорите. Ние непрекъснато се срещаме помежду си, обсъждаме въпросите и създаваме заедно отговорите. За мен най-важното нещо е комуникацията. При това гъвустранна.

- С колко души работите?

- В "Либра" работят около 600 човека. Когато започвахме преди 16 години, имахме малък екип. Бяхме на по 25-26 години. Заедно създадохме компанията, направихме семействата си, народихме си децата и всички създадохме свои екипи. Основната ни задача е била да гъдем на хората смисъл, за да се чувстват в "Либра" като в семейството си. В крайна сметка ние прекарваме тук повече време, отколкото в домовете си.

За нас от самото начало фирмата е като един човешки организъм. Същето са продажбите, черният гроб е счетоводството, нервната система е ИТ отдела, краката са нашите куриери, ръцете са нашите манипуланти. И ако счетоводството не си върши добре работата, мозъкът (или мениджмънтът на фирмата) заболява от гемеция. Ако същето не помпа добре, страдат останалите органи, няма кръвоснабдяване към крайниците и т.н. Няма важен и маловажен във фирмата. Всеки има огромно значение за живота и здравето на човечето "Либра". Това е моята основна функция - да следя за здравословното състояние на цялата система.

- Как се чувствате сега, когато сте само мениджър, а не собственик?

- Аз съм била 10 години собственик на "Либра" и още

Юрий Милнер - вторият Нобел



Интернет и фундаментална физика - Милнер ги обедини по свой оригинален начин

Допреди три години никога не беше чувал за него. Името Юрий Милнер се появи в пространството, когато през 2009 г. купи почти 2% от Facebook.

С летящ старт руският крал на интернетта, до тогава познат само в родината си, се втурна в Силициевата долина и се обзаведе с дялове от всички големи социални мрежи. През 2011 г. за първи път влезе в списъка на световните милиардери с 1 млрд. долара. А през 2012 г. обърна представите на много хора. В разгара на лятото създаде научна награда за физика, три пъти по-голяма като сума от Нобеловата.

Защо го прави? Защо си дава парите за нещо невидимо, а не за яхти, лъскави курорти и скъпи коли като обикновените руски олигарси?

"В момента в света само няколко хиляди души се занимават с фундаментална физика. И разрывът между тези хора и нас, между тяхното и нашето разбиране за света се увеличава. За мен е важно той да не расте, а да намалява с времето", обяснява Милнер в интервю в медиите. Тези хора, отдадени на науката, са и неговите бивши колеги - самият той е следвал теоретична физика.

Обаче освен наградата е измислил и задължение. Всеки от лауреатите ще бъде канен през идните няколко години да изнася публична лекция веднъж годишно. Тя трябва да е "за широката аудитория, за вас и мен. Ние ще я запишем на видео и ще я публикуваме на сайта на наградата", разказва руснакът. За него популяризирането на науката е един вид лична кауза, важна не само от просветителска, но и от практическа гледна точка. Когато се наложи да се строи следващият ускорител на елементарни частици като този в ЦЕРН, той ще е в пъти по-скъп от сегашния. И няма да стане без широко международно сътрудничество и без обществото да разбере защо е нужен.

Точно екип от ЦЕРН взе специалната награда "Милнер" през 2012 г. заедно с живия гений Стивън Хокинг. 9-те "редовни" приза отидоха при учени от различни страни, повечето работещи в САЩ. 11 награди по 3 милиона долара.

За разлика от други фондации, тази на Милнер няма капитал, от който да изплаща наградите. Самият той ще внася нужните суми всяка година.

А ако се съди по бизнеса му, 51-годишният милиардер има остър нюх и знае много добре къде да влага пари.

През 1985 г., след като завършва физика в Московския държавен университет, Милнер зарязва академичната кариера и започва да търгува с компютри. Купува стари машини, внесени легално или не съвсем от САЩ, и ги продава на черно буквално по улиците

Руският милиардер създаде награда за фундаментална физика на свое име и през 2012 г. връчи на 11 учени по 3 млн. долара. Собственик на mail.ru, с дялове във Facebook, Twitter и още много американски и руски социални мрежи, той пророкува раждането на глобален мозък на планетата.

CAPTAIN COOK[®]

FISH RESTAURANT



ИСТИНСКИЯТ
РИБЕН
РЕСТОРАНТ

София  0882 999 001

Варна  0882 999 002

www.captaincook.bg

marketing mar

ИВАН ХАДЖИВЕЛИКОВ



ОКО ДА ВИДИ, РЪКА ДА ПИПНЕ. Мечтата на всеки човек на бизнеса е съвършената визитка - тази, която се използва, а не бива захвърлена го час след срещата. Затова креативността не спира да обстрелва тази медия през годините. Идеално решение за своя клиент - фирмата за професионално почистване на басейни Schwimmer Pool Service, намира екипът на Doug & Serge от Онтарио, Канада. Лакмусовата хартия, на която са отпечатани контактите на компанията, ви позволява да измерите нивото на рН във водата, за да прецените трябва ли ви помощта ѝ.

Ще вземете ли на работа този мъж?

Когато сп. "Форчън" публикува статия със заглавие "Гений ли е Дейвид Огилви?", самият Огилви моли адвоката си да съди редактора за въпросителния знак. Не е чудно, че името му още стои на всички врати на рекламната агенция по света

Бихте ли взели на работа във вашата рекламна агенция този мъж? Той е на 38 г., безработен. Напуснал университета без диплома. Бил е готвач, продавач, дипломат и фермер. Не знае нищо за маркетинга и никога не е писал рекламен текст. Твърди, че се интересува от кариера в рекламния бизнес (на възраст 38 г.!), и е готов да работи за 5000 долара на година.

Едва ли някой би проявил интерес към такъв човек. Но една лондонска агенция все пак го наема. Три години по-късно същият този мъж става най-известният рекламист в света, който продължава и днес да е ненадмината легенда в бранша.

Дейвид Огилви. Годината, за която става гума, е 1948, а освен името си той остава на света и своята агенция - единствената, създадена скоро след Втората световна война, която съществу-

ва и днес.

Тогава, през 1948 г., Дейвид и съпругата му тъкмо са се преселили в Ню Йорк от Пенсилвания. Той има 6000 долара в сметката си, които не стигат за нищо. Добре че по-големият му брат Франсис е шеф на Mather and Crowther - лондонска рекламна агенция, която наскоро е придобила група - S.H. Benson. Така, с натрупване на имена рожбата на стартирацията отвъд океана Дейвид е наречена Hewitt, Ogilvy, Benson, and Mather (Hewitt е американска рекламна компания).

Смятам го за гений, за бащата на модерната реклама. Хубаво е, че и той има същото мнение за себе си. Ето какво разказва: "Когато сп. "Форчън" публикува статия за мен със заглавие "Гений ли е Дейвид Огилви?", помолех адвоката си да съди редактора за въпросителния знак".

Може и да е гений, но очевидно

не е от хората, мечтали от малки да станат егу-какви си и следвали праволинейно гарбата си.

Да признаем, умът му сече от детските години. Учи в училище и постъпва в университет само защото успява да спечели стипендии - бизнесът на баща му, брокер, замира в Голямата депресия през 20-те години на миналия век. Роден през 1911 г. в Съри, Англия, Дейвид влиза в Оксфордския университет през 1929 г. Но само след две години зарязва историята и заминава за Париж, за да стане готвач в хотел "Мажестик". По-късно споделя, че годината, когато е в кухнята, го научава на много неща: дисциплина, работа с хора, мениджмънт. Но помни най-вече казаното му от главния готвач: "Скъпи Дейвид, това, което не е идеално, просто е лошо".

Когато се връща в Шотландия, започва да продава готварски печки Ага. Успехът му е шеметен. Ходи от врата на врата и пласира стоката "на монахини, пияници и всички между тях", както пише в официалната му биография. Така впечатлява шефовете си, че му възлагат да опише какво и как прави, за да го ползват колегите му. През 1935 г. Огилви съставя този текст, който списание "Форчън" нарича "най-добрия наръчник за продажби на всички времена".

Ето няколко съвета от него:

- Най-лошото, което може да направи един продавач, е да е госаген. Покажи, че живо се интересува от всичко, към което проявява интерес потенциалният клиент.

- Колкото повече говори тя (гомакинята), толкова по-добре. Ако я накараш да се засмее, си натрупал няколко точки.

- Максималното гориво, което Ага гори за година, е на стойност 4 лири. Изтъкни факта, че никога готвачка не може да накара Ага да изгори повече от това, независимо колко гдупава, разточителна или невнимателна е, независимо колко готви. Ако печката консумира повече гориво, значи някой го краде - и трябва веднага да се повика полиция.

- Ако продаваш на мъж, кажи му, че печката Ага за жените е това, което е автомобилът за мъжете. И сравнявай цени!



Готвач, продавач, дипломат, фермер, гений на рекламата - Дейвид Огилви

работещи пари



С УЧАСТИЕТО НА
БАКБ, CREDIT AGRICOLE, ПРОКРЕДИТ БАНК,
ALPHA BANK, БАНКА ДСК

Бизнесът търси най-добрите условия

Банките отварят портфейли за силни проекти. Лихвите са 3-4% при големи кредити

Фирмите и банките са като скачени съгове. Стабилността на едните влияе върху успеха на другите. Последните данни на БНБ показват, че кредитният портфейл на финансовите институции у нас се повишава, макар и минимално, и заслуга за това имат фирмените кредити, докато жилищните и потребителските продължават да се свиват към края на октомври. Просрочията и проблемните кредити бележат спад. Данните сочат, че обемът на "лоши" и реструктурирани кредити в банковата система през октомври 2012 г. е слязъл под 10 млрд. лв., след като надхвърли тази граница месец по-рано. Общият им размер е 9,875 млрд. лв., като се понижава с 1,4% спрямо отчетените в края на деветмесечieto 10,01 млрд. лева.

Бизнесът посочва затрудненията го финансиране като един от основните фактори за несигурната бизнес среда. Такова е мнението на близо 60% от анкетираните мениджъри в изследване на Българската търговско-промишлена палата (БТПП), огласено наскоро. "Състоянието на бранша в момента е като времето навън - около точката на замръзване. Банките толкова са затегнали кредитирането, че повечето предприемачи не могат да довършат започнатите жилищни и ваканционни обекти. Ако имат достъп до заеми, те ще успеят да завършат и да провалят проектите си. Реализират ли ги, ще

могат да си върнат кредитите и в икономиката да влязат свежи пари", казва инж. Николин Гаврилов, председател на Българската предприемаческа камара в строителството.

Бизнесът очаква от банките:

- по-ниски лихви. Работодателски организации предлагат те да бъдат фиксирани или да се определят прозрачно през пазарни индекси като LIBOR, EUROBOR, към които се добавя фиксирана надбавка за риск;
- да прекратят практиката едностранно да променят клаузите по вече сключените договори;
- да търсят обезпечения, поносими за бизнеса.

Ще припомним, че в края на 2008 г. към Българската банка за развитие бе учреден Национален гаранционен фонд под формата на съчленно гружество. Няколко месеца след това десетина търговски банки, сред които Банка ДСК, ПИБ, СИБанк, УниКредит Булбанк, ОББ и Си Джи Експресбанк, подписаха с него споразумение за отпускане на голямителни гаранции за малки и средни предприятия. Кредити на фирми, регистрирани в столицата, гарантира и единственият общински фонд, учреден през 2002 г. от Столичния общински съвет. "Такива структури би следвало да има към всички общински ръководства, които да подпомагат регионалната политика и така да намалят диспропорцията в развитието на отделните региони в

България", препоръчва Александър Трифонов, сертифициран управленски консултант.

Управителят на БНБ Иван Искров неведнъж е подчертавал, че основната цел на политиката на централната банка е да запази ликвидността в системата чрез провизиране на лошите кредити. "И през 2012 - четвъртата година на кризата, банковата ни система запази високите си буфери, които я предпазиха от капиталов и ликвиден натиск - изтъква той. - България остана една от малкото държави в ЕС, където няма необходимост от спасяване на нито една кредитна институция с пари от държавния бюджет или от централната банка."

Безспорно голям е приносът на банковия сектор към общата финансова стабилност на страната, но дали прекалената предпазливост не е в ущърб на бизнеса? "Микрофирмите в България страдат от силно ограничен достъп до кредитен ресурс", съгласен е Асен Ягодин, главен изпълнителен директор на Българска банка за развитие. Според него интересът към оборотно и инвестиционно кредитиране започва леко да се увеличава, но "Все още е рано да отваряме шампанското". По думите му четири години криза са гостатъчно време за изчерпване на тенденцията към разтоварване на фирмите от дългове. В същото време значителна част от машините, купени в предишния период на икономически растеж, започват да се амортизират и

**Библио.бг - платформа за електронни книги и
списания**

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

