

Навън несигурност,
вътре излишъци

Идеология
на пазарите

Особености на
българските инвестиции

Сериалите
като бизнес

МЕНИДЖЪР

БРОЙ 8 (166). АВГУСТ 2012. ЦЕНА 5 ЛВ. WWW.MANAGER.BG

МЕНИДЖЪР ♥ ПРИРОДАТА

**"МЕНИДЖЪР"
РАЗГОВАРЯ
СЪС ЗБИГНЕВ
БЖЕЖИНСКИ**

**СЕЗОН КАТО
НИКОЙ ДРУГ**

**РИЧАРД
БРАНСЪН:
15 ДНИ
ПОЧИВКА
НЕ СТИГАТ**

**МОДАТА
В РЕКЛАМИТЕ**

**РАБОТЯТ
ЛИ ОЩЕ
ПРОМОЦИИТЕ?
МАЙ НИЩО
ДРУГО НЕ
РАБОТИ**

**Проф.
Пламен
Карталов:**

**Да управляваш
артисти, означава да ги
накараш да полетят**



ТЕМА НИЕ ОТ СРЕДНАТА КЛАСА

Това е откъс от списанието.

Цялото списание може да намерите в Библио.бг

www.biblio.bg



АДРЕС СОФИЯ 1000
УЛ. „ГЕОРГ ВАШИНГТОН“ № 12, ЕТ. 2, 3
ТЕЛ. 02/983 13 05, ФАКС 02/983 13 80
WEB WWW.MANAGER.BG
E-MAIL PRESS@MANAGER.BG

УПРАВИТЕЛ И РЕДАКЦИОНЕН ДИРЕКТОР
МАКСИМ МАЙЕР mmayer@manager.bg

РЕДАКТОРИ

ВЕНЦИСЛАВ САВОВ vsavov@manager.bg
ЗАХАРИНА ВЕЦЕВА zvetseva@manager.bg
МИЛЕНА НИКОЛОВА mnikolova@manager.bg
НАЧО СТРИГУЛЕВ nstrigulev@manager.bg
СВЕТАНА ТОДОРОВА svtodorova@manager.bg
ЦВЕТЕЛИНА ПЕТРОВА tzpetrova@manager.bg
ГЛАВЕН РЕДАКТОР НА WWW.MANAGER.BG
ИРИНА ВЕЛЕВА iveleva@manager.bg
АРТ ДИРЕКТОР ЙОХАН КАРАСОН

ДИРЕКТОР ПРЕДПЕЧАТ И ПРОИЗВОДСТВО
БОРИСЛАВ МИРАЗЧИЙСКИ

ПРЕДПЕЧАТ МИЛЕНА ВЪЛЧИНОВА
ФОТОГРАФ ЮЛИАН ДОНОВ
КОРЕКТОР БОРЯНА АНГЕЛОВА

ДИРЕКТОР РЕКЛАМА И СЪБИТИЯ
РУМЯНА ДОЧЕВА rdocheva@manager.bg
МЕНИДЖЪР РЕКЛАМА
ПЕТЪР ДОБРЕВ pdobrev@manager.bg
КОНСУЛТАНТ РЕКЛАМА
МИЛИЦА МАРИНОВА adv@manager.bg

ПРОДАЖБИ И АБОНАМЕНТ

МАРИН ГЕНОВ
ЦЕНКА ВЛАДИМИРОВА
МАРИЯ ДИМИТРОВА
МАРКЕТИНГ
ЦВЕТА МИЛТЕНОВА tzmiltenova@manager.bg
СЪБИТИЯ

НАДЯ ГЕОРГИЕВА ngeorgieva@manager.bg
ДИРЕКТОР ФИНАНСИ И АДМИНИСТРАЦИЯ
ДЕНИЦА КОЦЕВА
СЧЕТОВОДИТЕЛ ПЕТЯ ОСЕНСКА
ОФИС МЕНИДЖЪР ДИЯНА ГЕОРГИЕВА
СНИМКА НА КОРИЦАТА ЮЛИАН ДОНОВ

ТИРАЖ 12 000



Печат



Списание „Мениджър“ се печата на рециклирана хартия Steinbeis Charisma Silk

ИЗДАВА „МИТ ПРЕС“ ООД,
ЧАСТ ОТ „ВМ ФИНАНС ГРУП“ АД

Писмо до плажа

Здравейте, скъпи приятели,

Сигурен съм, че много от вас четат писмото ми на плажа, което означава, че сте взели със себе си новия "Мениджър". Изключително съм горд от това и благодарен. Ние сме ви подготвили много интересен брой, с разнообразни четива, срещи с легендарни хора и лятно настроение.

Сигурно и вие като мен сте се чудили какво би било да отидете във ваканция на място без телевизия, интернет и телефон. Как ли ще се чувствате? Дали непрекъснато ще мислим за офиса, или това ще е само в първите ген-гва, а после ще сме спокойни и свободни?

Това лято по време на ваканцията направих малък експеримент, който горещо ви препоръчвам. Вдигнах телефона само на лични обаждания, преглеждах пощата си един път на ден - вечер, и не пишех отговори на никого, не гледах телевизия. Прочетох госта книги и списания. И се чувствах добре.

Ако се притеснявате, че без вас нещата в офиса ще се провалят, много грешите. Добрите мениджъри затова са добри - защото са създали устойчиви компании, които и сами могат да работят успешно.

Отпуснете гушата си. Не мислете за всички проблеми, които имате на главата си. Опитайте се да направите с близките си и децата поне някои от нещата, за които нямахте време през годината. Обичайте се, починете си и бъдете щастливи.

Поздравя най-сърдечно!

МАКСИМ МАЙЕР
редакционен директор

Touareg.

Лятото започва, където искаш ти.



Снимката е илюстративна.

Цена
без ДДС: **82 957 лв.**

Touareg V6 3.0TDI BlueMotionTechnology 8AT, 245 к.с.

Стандартно оборудване:

- 4MOTION – перманентно задвижване на четирите колела
- 8AT – осемстепенна автоматична трансмисия
- Въздушно окачване с три режима на работа
- Vi-Xenon фарове, завивачи, с LED дневни светлини
- Двухонален климатроник (Climatronic)
- Радио CD MP3/MP4-плейър "RCD 550" с 8 тонколони
- Вход за външни аудиоизточници AUX IN
- CD-чейнджър за 6 диска
- Мултифункционален централен дисплей (MFA)
- Мултифункционален кожен волан
- Темпомат (GRA)
- Сензор за дъжд
- Авт. затъмняване на огледалото за обратно виждане
- Фарове за мъгла със статично осветление в завой
- Лети джанти "Sonora" 7.5Jx17 със секретни болтове
- Предни и задни ел. стъкла с ел. функция "деца"
- Ел. отопляеми странични огледала с функция "прибиране"
- Централно заключване с дистанционно управление
- Ел. ръчна спирачка с "Auto Hold" (EPB)
- Старт-стоп функция на двигателя
- Система за рекуперация на спирачната енергия
- Електромеханично сервоуправление (Servotronic)
- 6 въздушни възглавници
- Система за разпознаване на умората на водача
- ESP/ABSplus/EBD/TCS/TSS/UCL
- ARP/RBS/BRD/FBS/EBC/HBA/HDAA

BLUEMOTION
— TECHNOLOGIES —



Das Auto.

София, Порше София Изток, 02/ 807 34 00, Порше София Юг, 02/ 42 45 000, Пловдив, Хаас-60, 032/ 94 09 92, Варна, Автотрейд, 052/ 57 07 00, Бургас, Вестауто-М, 056/ 87 42 50, Русе, Хоби Кар, 082/ 50 04 94, Стара Загора, Автохит 2000, 042/ 61 60 46, Велико Търново, Авточойс, 062/ 61 57 77, Плевен, Автотехника, 064/ 88 87 98.

Среден разход на гориво: 7,2 л/100 км. Емисии на CO₂: 189 г/км. Възможност за регистриране като товарен автомобил (N1). Автомобили на склад. Информация за пълните условия на гаранцията можете да намерите на официалния сайт на Volkswagen.

БРОЙ 8



20 Ричард Брансън: 15 дни почивка не стигат



54 Пламен Карталов: Да управляваш артисти, означава да ги накараш да полетят



98 AD-ските гуели

10 АСЦЕНТ

12 Менеджърите от втория кръг

16 Благосъстояние без растеж. Напълно е възможно - интервю с проф. Николай Неновски

20 Ричард Брансън: 15 дни почивка не стигат

22 Сезон като никои груга

26 Нужна е нова социална справедливост - интервю за "Менеджър" на Збигнев Бжежински

28 Зелената промяна

36 Да измислиш страхотен продукт, не означава, че ще спечелиш от него

40 Small is beautiful

42 ТЕМА: Ние от средната класа

52 MANAGEMENT

54 Пламен Карталов: Да управляваш артисти, означава да ги накараш да полетят

62 Случаят с шефа, който замина надалеч

64 Добрите гесета

66 100 начина да управляваш добре

70 M-Tel и Менеджърите

72 Печелившите идеи идват от клиентите

74 За старите клишета и младите служители

78 Опасни връзки

80 Книги

81 Павел Петров - технократът предприемач

82 Обслужване пет звезди. Нищо повече

83 Където е лятото

84 MARKETING

86 Автора! Автора!

88 Работят ли още промоциите? Май нищо друго не работи

90 1+1 е колкото се може повече от 2

БРОЙ 8



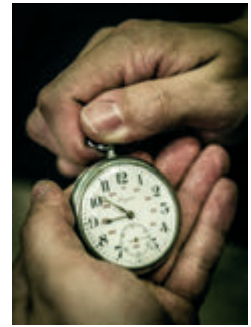
130 Alter ego: Бизнесът със сериалите



142 Бъдещето на електронните забавления



145 Modernity



161 Часовникарят

92 Модата в рекламите

94 Прогай ми и смях

97 Режисьорска версия

98 AD-ските гуели

102 Очаквано добра промокампания

104 Световна музикална премиера за празника на София

106 Нарру - ресторанти за щастливи клиенти

109 ECONOMY

110 Идеологията на международните сългови пазари

112 Как Бургас стана толкова хубав град

114 Навън несигурност, вътре излишъци

118 10 еднакви въпроса към чуждите мениджъри

122 Особености на българските инвестиции

124 Качество без компромис

125 Management Services

127 GLOBUS

128 Ако бях германец, щях да съм много ядосан

130 ALTER EGO
Бизнесът със сериалите

140 SCI-TECH

142 Бъдещето на електронните забавления

145 MODERNITY

150 Софийски вечери

153 Лято през зимата

154 Малкото плажно четене

156 Един художник, който прави филми

158 Скиатос - 60 плажа и Джеймс Бонг

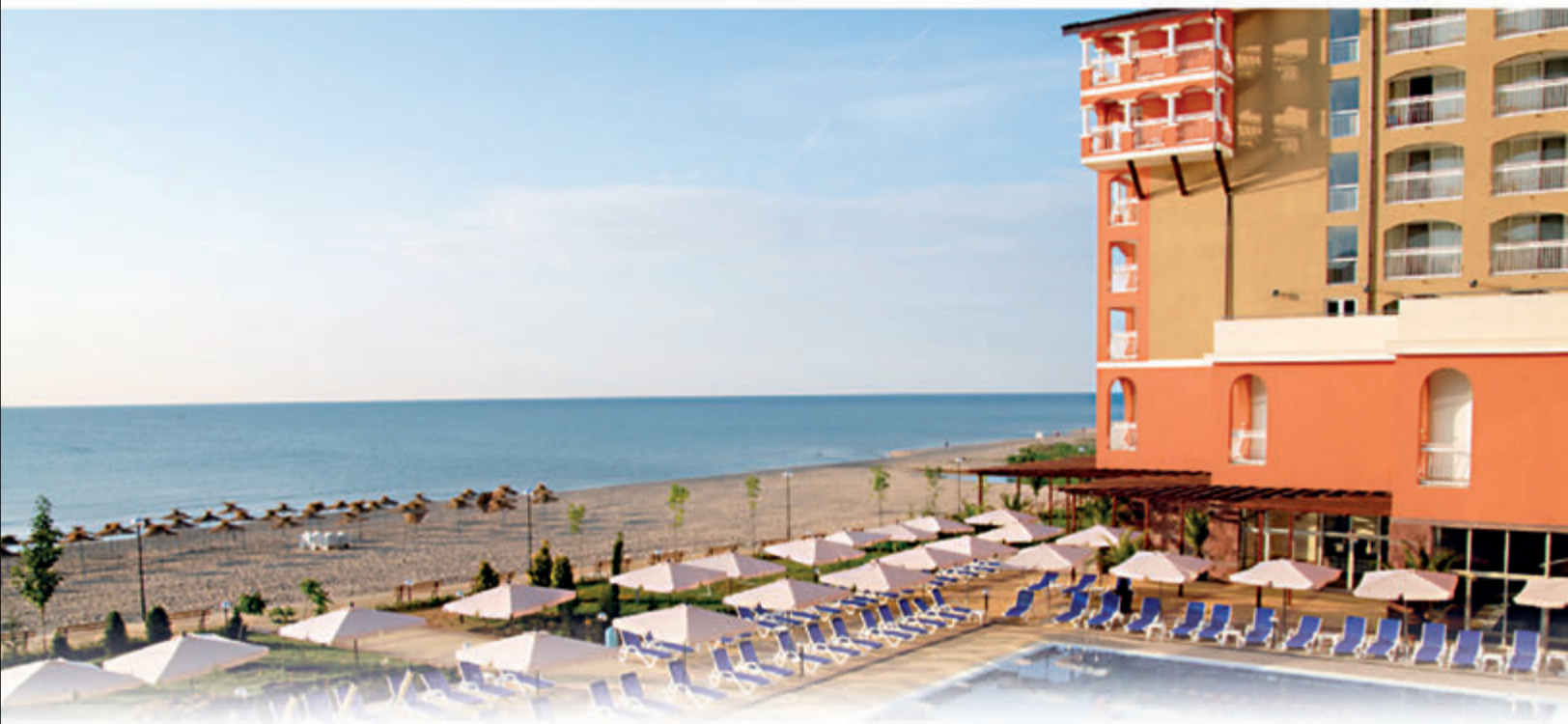
161 Часовникарят

162 Комикс



MELIÄ GRAND HERMITAGE

УНИКАЛНА THE LEVEL КОНЦЕПЦИЯ



Sol Luna Bay Resort ****

МОРЕТО ГАЛИ КРАКАТА ВИ

В MELIÄ Hotels International - България вие избирате ваканцията, а ние ви предлагаме:

- Великолепни морски гледки
- Райски плажове
- Ненадминати анимационни програми, спортове и забавления, плажен тенис
- Качествена кухня, специалитети за ценители
- Безупречно обслужване и уникални преживявания
- СПА ритуали за събуждане на сетивата



Sol Nessebar Resort ****

ИДЕАЛЕН ЗА СЕМЕЙНА ПОЧИВКА



Sol Marina Palace ****

НЕУСТОИМА ЛОКАЦИЯ ДО СТАРИЯ ГРАД НА НЕСЕБЪР

Специално за читателите на списание Менеджър - неустойма оферта за почивки през месец септември.

Резервирайте с код MNG12, за да получите 15% отстъпка от официално обявените цени, както и допълнителни привилегии като безплатен паркинг и настаняване в по-висока категория стая.

MELIÃ HOTELS
INTERNATIONAL

Тел: 02 965 96 10
E-mail: sales@solmelia-bg.com
www.melia.com; www.sol-hotels.com

accent manager

10,8% Толкова е безработицата през юни според Агенцията по заетостта. Тя се е понижила с 0,2% спрямо май. Регистрираните безработни са 354 825 души, те намаляват с 5289 в сравнение с предишния месец. На работа през юни са постъпили 21 577 души, преди година - с 2138 по-малко. Най-много свободни работни места има в преработващата промишленост (3509), в търговията (2156), в хотелиерството и ресторантьорството (1578), в строителството (791), в селското стопанство (637), в сферата на операциите с недвижими имоти (609), в транспорта (504) и др.

"Дори и ако кризата в Евророната бъде ограничена, има опасност растежът в повечето части на света да се забави с 1,5 процента."

Джим Йон Ким, президент на Световната банка



Между 21 000 млрд. и 32 000 млрд. долара има в офшорни сметки по света, твърди групата Tax Justice Network, бореца се срещу териториите със специален данъчен режим. Това се равнява на годишния БВП на САЩ и Япония, взети заедно. Над 780 млрд. долара са само парите, напуснали Русия от началото на 90-те години насам, повече от 307 млрд. долара са изнесени от Саудитска Арабия през последните 40 години.

Гърция е с по-нисък дефицит от очаквания през първата половина на годината. Той е достигнал 12,5 млрд. евро в периода януари-юни 2012 г. и е по-нисък от поставената цел от 14,9 милиарда. Атина иска да намали бюджетния си дефицит до 7,3% в края на годината.



РУПЪРТ МЪРДОК БЯГА ОТ ВЕСТНИЦИТЕ, той поглед остава като директор в "Нюз Интернешънъл". Компанията развива печатни медии. Тя е британското погрязделение на глобалната корпорация "Нюз Корпорейшън". Медийният магнат е изпратил писмо до служителите си, в което обяснява, че причината за раздялата е предстоящото реструктуриране. Предвидено е "Нюз Корпорейшън" да бъде разделена на две части. Едната ще се занимава с вестниците и с книгоиздаването, а другата - с телевизия и производството на филми. Очаква се Мърдок да оглави телевизионното направление.





Зелена промяна

**Третият екофорум
на "Мениджър" и GLOBUL
открий бизнеса като лидер на
прехода към устойчиво общество**

Зеленият килим до музея "Земята и хората" посрещна за трети път участниците и гостите на най-престижния за годината екофорум



България е на прага на нов преход - към устойчиво развитие. Това е важният извод от третото поред издание на най-авторитетния за годината зелен форум у нас, организиран от сп. "Мениджър" и GLOBUL. Събитието бе под наслов "Зелената култура на нацията. Устойчиво потребление. Продукти. Услуги" и се проведе в началото на юли, по традиция върху зеления килим до музея "Земята и хората" в столицата. Този път върху него се появи и зелен диван - уникална арт инсталация, изработена специално по поръчка на сп. "Мениджър", която нашето издание в края на форума подари на София. Кметът Йорданка Фангъкова гоиде лично да приеме гара от името на столичани. "Благодаря на сп. "Мениджър", че провежда този изключително важен форум точно в София", обяви тя при откриването на събитието. На сцената за гевати, декорирана с оригинални мебели - кресла, маси и табуретки от 100% рециклирана хартия, производство на българското предприятие за опаковки "Дунапак Родина", седнаха един до друг представители на властта, ръководители на предприятия с доказано отговорно поведение към околната среда и добри практики в областта на устойчивото развитие, медиатори и наблюдатели на обществените нагласи. Всички те развиха и изведоха нови дефиниции на вече формираните представи за зелена индустрия, устойчивост, зелена култура.

Съвременно тълкуване на определението за устойчивост пръв даде специалният гост на форума Стефано Гарди, член на Световния бизнес съвет по устойчиво развитие и на Националния съвет на италианската локална мрежа на Глобалния договор на ООН.

"Устойчивостта днес вече е едно обогатено понятие на ефективността, което предполага всички природни ресурси да се използват максимално пъл-

Идеите от дискусията, засягащи устойчивото развитие и на столицата, ще бъдат обсъдени на специална среща в общината, заяви кметът на София Йорданка Фангъкова, която откри събитието



ноценно и с мисъл, че трябва да бъдат съхранени за следващите поколения, защото принадлежат и на тях", заяви той.

Гарди откри и лидера, който е осъзнал тази отговорност и е в състояние да генерира реформирането на света и обществото в тази посока - бизнеса. Бизнесът първи успя да открие знака на равенство между ефективност и устойчивост и после да превърне равенството в стратегическа цел. Защото бизнес лидерите добре разбират, че устойчивото развитие, в което всички процеси са подчинени на

УПРАВЛЯВАЙ УСПЕШНО С CHEVROLET



Специално от София Ауто за абонатите на сп. Мениджър!

При покупка на МЕНИДЖЪР Edition Chevrolet Samago, Malibu или Captiva от София Ауто получавате като подарък:

- безплатно обслужване в рамките на 50 000 км (включва смяна на масло, маслен и въздушен филтър)
- безплатен едногодишен абонамент за сп. Мениджър
- 12 книги от образователната поредица за мениджъри “Джобен наставник”

Предложението е валидно до 30 септември.

МЕНИДЖЪР
a company of  VW FINANCE GROUP

www.sofiaauto.bg



CHEVROLET

София Ауто
30 ВСЕКИ ПЪТ

СОФИЯ АУТО, София 1517
бул. Ботевградско шосе 239
тел.: 02/ 816 36 36

СОФИЯ АУТО ГД, Благоевград 2700
ул. Васил Левски 61
тел.: 073/ 889 30 01

Chevrolet Samago е с гаранция 3 години или 100 000 км. Chevrolet Malibu и Captiva са с гаранция 5 години или 150 000 км (специални условия). Chevrolet Captiva е с възможност за данъчен кредит. Среден комбиниран разход на гориво: Samago – 13,1–14,1 л/100 км, Malibu – 5,1–8,0 л/100 км, Captiva – 6,4–10,7 л/100 км. Емисии CO₂: Samago – 304–329 г/км, Malibu – 134–188 г/км, Captiva – 170–252 г/км. Снимките са с илюстративна цел. Кампанията не може да бъде комбинирана с други кампании на Chevrolet или София Ауто.




ПРОФ. ПЛАМЕН КАРТАЛОВ:

ДА УПРАВЛЯВАШ АРТИСТИ, ОЗНАЧАВА ДА ГИ НАКАРАШ ДА ПОЛЕТЯТ

Операта не е доходоносна фирма, тя е пиршество на духа, казва директорът на Софийската национална опера и балет





**“ Нестандартната архитектура
на свободно мислене и енергия във
всяка професия е възможна само ако си
независим от опека на съображе-
ния, съгласувания и отъпкани пътеки. ”**





БЪЛГАРСКОТО ОПЕРНО ДРУЖЕСТВО е основано през 1908 г., когато започва да представя своите продукции. Първата цяла опера е изпълнена през следващата година, това е "Палячи" от Леонкавало. Следват представления и на първите български оперни произведения. През 1922 г. театърът е преименуван на Национална опера, а от 1928 г., когато е сформирана балетната трупа, той се нарича Национална опера и балет. Емблематичната сграда на театъра на столичната улица "Врабча" е проектирана от арх. Лазар Парашкеванов през 1921 г. Построена е между 1947 и 1953 г. По всеобщо мнение настоящият директор на операта проф. Пламен Карталов въздига славата на театъра на световно ниво.

мер "Наръчник на политиците според кардинал Мазарини", издаден от моя син Кирил в поредицата Utilitas Communis за политически науки и международни отношения. Препоръчвам максимите на кардинал Мазарини и на вашите читатели. Размислите са между реализма и цинизма, между чувството за отговорност към интересите на другите и утвърждаването на собствени интереси, но винаги вдъхновени от стремежа да се търси или запази някаква устойчива власт. Тези максими, прекосили времето, доказват, че властта не се променя.

Ето две от правилата, подходящи и за мениджъри:

"Как да не стигнем време в деловата дейност:

- Остави на сътрудниците си по-маловажните дела. Наложил си строг режим, който да не нарушаваш никога и с който да подкрепяш всяка задача според нейната важност. На никога не отделяй и минута повече от необходимия минимум, за да бъде изведена до успешен край.

- Постарай се само в един ден да свършиш дела, които може и изискват повече дни. Отбягвай такива, които предлагат малка печалба и не са престижни, а изискват много труд. Отказвай категорично спешни и безполезна задачи."

- Кои са опорните ви точки в управлението?

- Нямам максими. Но като солидна опора ще назова убедеността в някоя кауза. Посвещаването на една голяма или малка идея тласка стремежа ми да увеличавам всеки поканен и гостоеен за постигането ѝ. Убеден ли съм в посоката към нея - превръщам я в кауза. Даже и всички да са на противоположно мнение, тръгвам сам. Виждам следовниците си, разбрали, макар и по-късно, смисъла на идеята.

- В какво вярвате?

- В безсмъртието на идеята за вечния идеал...

- Може ли изкуството да бъде успешен бизнес?

- Операта не е и на нея не може да се гледа като на гождоносна фирма. Нейното изкуство е

Нарру - ресторанти за щастливи клиенти

До шест месеца ресторантите Нарру Bar&Grill ще предложат напълно ново барбекю меню, казва собственикът Орлин Попов

Господин Попов, за четвърта поредна година Нарру Bar&Grill е победител в категорията "Любима марка" (категория "Заведения за обществено хранене"). Получихте и отличието "Супербранс" за "Ресторанти и кафенета". С какво печелите потребителското доверие?

- Изказвам най-голямото благодаря към всички ни клиенти, с оценката на които сме любима марка на една цяла държава. Според нас начинът да си любима марка или просто да си любим на някого е да се грижиш той да се чувства добре при теб. Нашето най-важно правило, към което неизменно се придържаме, е да се интересуваме непрекъснато и да се съобразяваме с променящите се желания на клиентите. Това става, като питаме нашите клиенти какво искат да им се случва при нас и когато мнозинството от тях имат определено желание, ние го изпълняваме. Клиентите ни поставят задачи, а ние се стараем да ги изпълним максимално добре.

Разваме се много и за наградата "Супербранс", защото тук освен клиентите ни оценява и професионално жури и така наградата за нас става едновременно и емоционална, и професионална. Особено се гордеем, че тази година успяхме да победим McDonald's. Това е много сериозен знак за нас, че се развиваме в правилната посока.

- В един груг конкурс, този за ефективност на рекламата - Effie, спечелихте "злато" в категорията "Услуги" за кампанията "Да богнем в Нарру". Какви резултати постигнахте с тази кампания?

- Когато решихме да старти-

раме новата кампания на Нарру, четохме много и най-различни проучвания за това на какво хората обръщат най-голямо внимание в рекламите. Оказа се, че реагират най-позитивно на правенето на добро и на красивата и приятна шега. И така решихме да направим една по-веселичка кампания, която напълно кореспондира с името на нашите заведения. Логично се спряхме и на най-веселите и любими български актьори. А самата идея на "Да богнем в Нарру" гоиде от маркетинг отдела на нашата компания и от крийетив студиото, с което работим. Тази кампания със сигурност е най-успешната ни досега и хората започнаха дори в жаргона си да използват слогана "Да богнем в Нарру". Това е и най-интегрираната кампания в историята на Нарру - обхваща всички медийни канали - телевизия, радио, билбордове, преса, Facebook и други социални мрежи. Оборотът ни по време на кампанията (ноември 2011 - април 2012) се е увеличил с 19,5% спрямо същия период на миналата година, броят на сметките е нараснал с 10,6%, а средната сметка се е вдигнала с 8,1%. Феновете ни във Facebook са се увеличили с 9000 човека, което е около 1/3 от фенската маса на Нарру (която към момента са около 30 хил. души). Това определено са добри резултати. Ефектът на кампанията се усети навсякъде.

- Разкажете как се изгражда във времето един толкова успешен бранд като Нарру Bar&Grill?

- Един бранд се изгражда с грижа. Първото, което трябва да направим, е да видим дали има ниша за нашия бранд, да видим дали това, което ние ще предлагаме, някой го търси. Ако го търси,

трябва да разберем колко е готов да плаща за него. И да го направим толкова добре, че хората да са доволни. След което се намесва рекламата, която поддържа имиджа на марката и напомня на клиентите, че ние съществуваме.

Репутацията си заглеждаме най-вече с постоянното качество. Ястията, които клиентите са харесали, трябва да останат във времето същите, без да се променят. Хората посещават нашите ресторанти с желание да получат същите продукти, които са получавали, и точно в това ние полагаме най-големи усилия, за да оправдаваме очакванията на клиентите с почти съвършена еднородност във всяко едно заведение в цялата страна. Ястия като Нарру късчетата и Хрупкавите филеца не сме сменяли от 18 години. Същевременно се стараем да задоволим различните вкусове на различните региони в България. Интересен пример е, че сушието във Варна и Бургас приготвяме със сладък, а в София - със солени ориз. Клиентите ни забелязват и силно оценяват грижата ни непрекъснато да адаптираме нашите ресторанти към техните вкусове.

- Развивате и други ресторанти - "Капитан Кук" и "Сага", които също са добре наложили се марки в един груг ценови сегмент. Каква е разликата при налагането на един масов и един по-високо позициониран бранд?

- Няма значение дали един ресторант е ежедневен или високо позициониран, въпросът е в това да се предложи на целевите клиенти достатъчно високо качество. "Капитан Кук" няма как да не бъде луксозен ресторант, защото продуктите, които използваме там,

Идеологията на международните дългови пазари

Те гадоха своята независима, обективна, актуална и леснодостъпна оценка за българския риск

2 юли, понеделник. Приблизително 10 години след емитирането на единствената еврооблигация на страната, като изключим замяната на брейди дълга, България пласира нова. Петгодишните книжа са на стойност 950 млн. евро при доходност от 4,436%. Те бяха пуснати при огромен инвеститорски интерес. Всеобщата оценка за тази емисия е, че тя е безспорен успех. Успех, който се дължи преди всичко на стриктната и последователна политика на фискална дисциплина, провеждана от България и в добри, и в не толкова добри времена. А най-вече на доверието, че правителството има волята и способността да се придържа към такава политика и занаят. Тази емисия няма да промени нивото на дълга. Със средствата от нея ще се изплатят падежиращите през януари 2013 г. книжа. Тя няма да промени и разходите на гържавния бюджет. Правителството ще продължава да се стреми да балансира приходната и разходната част. На нейна база няма да има и допълнителни стимули за икономиката и тя няма да послужи за увеличаването на пенсии, заплати и субсидии. Просто нов дълг заменя стар дълг.

Защо тогава решението за емитирането ѝ беше предмет на толкова изявления и дискусии

у нас? Защо успехът ѝ стана събитие, отразено широко във всички новини? С лихвата по тази емисия международните дългови пазари гадоха и ще продължат да дават своята независима, обективна, актуална и леснодостъпна оценка за българския риск. Чрез нея ще се осъществява връзка между вътрешния и външния пазар. Тя ще дава достъп до ликвидност от Европейската централна банка на тези, които я гържат. Но на първо място емисията донесе спокойствие на вътрешния пазар. Спокойствие, че фискалният резерв ще се запази на текущите нива и че изплащането на падежиращия дълг няма да създаде напрежение поради големия си размер. Първите положителни ефекти вече са налице.

Вътрешният пазар на гържавен дълг не влиза често във фокуса на финансовите новини, макар да е най-големият финансов пазар у нас. Той финансира близо 5 млрд. лв. гържавен дълг и участници в него са предимно банки и институционални инвеститори - пенсионни фондове и застрахователи. През последните месеци несигурността около решението за емисията, а после и разпосочните сигнали за лихвените нива, при които тя ще се реализира, почти замразиха този пазар. И купувачите, и провадвачите предпочитаха да изчакат.

Сега, след като емисията вече е факт, ликвидността незабавно се възстанови при повишен инвеститорски интерес. Това предполага, че цената на финансиране на правителството на вътрешния пазар ще остане стабилна и дори ще се погубри предвид последното понижаване на лихвите от Европейската централна банка. Запазването на фискалния резерв е важно за тази стабилност, защото гарантира, че бюджетът може да посрещне внезапни шокове отвън. Българската икономика е отворена и колкото и да е стабилна във фискален план, тя не може да остане напълно изолирана от несигурната икономическа среда в света, а краят на кризата постоянно се отлага. Още по-важен е фискалният резерв, защото е част от резерва на БНБ, който пък гарантира стабилността на валутния борг. Високото му ниво предпазва борга от атака, а всяка атака, дори и неуспешна, има сериозна икономическа цена.

Някои са забравили, но други ще си спомнят как през 2008-2009 г. левовите лихви се покачиха гравитично вследствие на една такава атака. Доходността по 10-годишните гържавни ценни книжа достигна 8%, а на междубанков пазар се размениха едногодишни левови депозити на двуцифрени нива.

Как Бургас стана толкова хубав град

Свой отговор на този въпрос
дава кметът Димитър Николов



ДИМИТЪР НИКОЛОВ е кмет на Бургас от 2007 г. Преди да бъде избран за този пост, е изпълнителен директор на "Победа" АД и за кратко управител на КБС ООД - Бургас. Бил е регионален координатор на ГЕРБ в Бургас, заместник-председател на Бургаската търговско-промишлена палата, председател на Консултативния бизнес съвет на града, регионален председател на КРИВ. Магистър по финансов мениджмънт от Стопанската академия в Свищов, има и диплома по мениджмънт от НБУ.

Господин Николов, за Бургас се говори като за най-добрия град за живеене, най-динамично развиващия се, най-зеления, като за града, привлякъл най-много европейски пари на глава от населението. Защо се случва всичко това?

- Рагвам се, че изброените от вас призове не са кухи, а зад тях стоят конкретни икономически измерения. За няколко години реализирахме големи инфраструктурни проекти, които подобриха градските комуникационни артерии. По време на изграждането им се откриха временни работни места, а след като бяха завършени - постоянни. Така общината се превърна в най-големия работодател в Бургас заради наемането на различни специалисти и работна ръка за осъществяването на проектите. Обликът на града се подобри, което го направи по-привлекателен за туристи и инвеститори. Това, разбира се, автоматично води и до повече приходи в местната икономика. В момента интересът към Бургас е голям както за инвестиции, така и за туризъм, спорт и култура. През последните години има голям интерес от чужденци, които искат да си купят имот в града. Това доказва авторитета на Бургас не само в България. Спечелихме доверието и на европейските институции, което ни позволява да печелим и реализираме все по-големи проекти.

- Лесно ли се прави бизнес в Бургас?


- В днешно време никак не е лесно да се прави бизнес. Затова подхождаме с изключително внимание към всеки потенциален инвеститор, проявил интерес към Бургас. С всяка година скъсяваме сроковете за издаване на разрешителни, лицензи, визи, скици, защото сме наясно, че бизнесът е изключително динамичен и нетърпим към бюрокрацията и забавянето на процедурите.

- Какви електронни услуги предлага общината на бизнеса?

- Разбираемо е, че електронните услуги стават все по-използвани, защото спестяват госта време и енергия. Разработили сме няколко електронни разгела и регистри. В сайта на общината например има раздел "Гуше на предприемача", в който са качени различни нормативни документи и бланки, които могат да се разпечатат или попълнят по електронен път. Изключително са полезни онлайн справките, които показват задълженията на фирмите и гражданите към община Бургас, както и онлайн справката за движението на заведен в деловодството документ. Така всеки може да проследи до кой служител е резолирано искането му и ако то се забави, да знае къде да го потърси. Разбира се, може да сигнализира и мен. Много се използва стопанският регистър, където са качени видовете разрешителни за таксиметрови услуги и търговска дейност. Прозрачност и полезност осигуряват регис-

“ Спечелихме доверието и на европейските институции, което ни позволява да печелим и реализираме все по-големи проекти. ”

Бизнесът със сериалите



Успехът на сериалите по света е толкова категоричен, че достойно се конкурират с голямото кино за зрители и рекламогатели. В тях се раждат звезди, генерират милиони приходи печалба. Как и откъде започва тяхната история, възход и падение. И как се случва този бизнес в България, моля, четете в следващите страници.

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

Чети каквото обичаш!

www.biblio.bg

