

■ ЛИЦАТА НА FIBANK ■



Лидия Атанасова, специалист „Общи банкови операции“

Лидия Атанасова е специалист „Общи банкови операции“. Сред любимите ѝ занимания в свободното време са пътешествията, пазаруването. Обича да отдели повече време за себе си и любимите хора.

Лидия определя себе си като амбициозна, отговорна, принципна, старателна, изключително дисциплинирана, отдадена на нещата, които прави, непоколебима в действията си, когато ситуацията го налага, понякога педантична, толерантна и вярваща.

Мисъл на Б. Франклин е водеща в живота ѝ: „Енергията, постоянството и желанието побеждават всичко“.

на стр. 2

■ НИЕ ОТ FIBANK ■

Благодарим Ви за подкрепата!



■ Банката няма да събира предвидените по тарифа такси при отказ от теглене на депозит

Клиенти на Fibank в цялата страна носеха тениски с надписи „Az vярвам в ПИБ“ в подкрепа на банката.

Офисите на Fibank на територията на цялата страна работят от понеделник с обичайното си работно време.

Много клиенти, дошли да внасят средства, са обслужвани с предимство.

Поради нарастващия брой на клиентите, които през миналата седмица са направили заявки за теглене на суми и в началото на седмицата

пожелала да се откажат от тегленето и нарушаването на депозитите, банката няма да събира предвидените по тарифа такси.

Първа инвестиционна банка е най-голямата българска банка, с което продължаваме да се гордеем, и ще направим всичко възможно, за да бъдем в полза на нашите клиенти. Благодарим на всички клиенти за търпени-

ето и доверието, както и за това, че не се поддадохме на зловредните слухове срещу българската банкова система.

Благодарим и за искрената подкрепа, която получихме от Вас – нашите многобройни лоялни клиенти, които продължават да вярват в нас.

Голям поклон пред Вас, нашите лоялни клиенти!

■ НОВИ ПРОДУКТИ ■

Fibank предлага нови пакети за бизнес клиенти

■ Fibank вече предлага комбинирани пакети от банкови продукти и услуги, за да удовлетвори и улесни ежедневните потребности на българския бизнес.

Пакетите „Fibank Бизнес“, „Fibank Бизнес Клас“, „Fibank Бизнес Клас +“ и „Fibank Бизнес Клас Премиум“ са специално създадени за бизнес клиенти и спомагат за извършването на техните всекидневни банкови операции.

Новите предложения за фирми от Fibank предоставят преференциални условия на бизнес клиентите, като позволяват оптимизация на банковите

разходи и облекчаване на процедурите при използване на различни банкови услуги.

Бизнес клиентите на банката ще заплащат само една обща месечна такса и по този начин ще получат възможност да управляват по-ефективно и лесно своите финансови ресурси.

Повече информация можете да откриете на www.fibank.bg

■ ЛИЦАТА
НА FIBANK ■

Лидия Атанасова

специалист „Общи
банкови операции“

ОТ СТР. 1

- Разкажете повече за професионалния Ви път?

- Във Fibank постъпих през 2012 г. на длъжност специалист „Общи банкови операции“, като имах удоволствието да премина през отлично встъпително обучение. То остави дълготраен спомен в моето професионално израстване и положи основите на банковата „страст“ у мен. В момента работя в офис „Сити център София“, който ме събра с добри колеги, сред които намерих „моя екип“. Погълнати от динамиката на деня и стремежа към перфекционизъм, все не остава време някак си да изкажа благодарност към своите колеги и ръководители за подкрепата, която ми оказват и доверието, което ми гласуват.

- Как преминава един работен ден на Лидия Атанасова?

- В неусетна забързаност и правилно разбиране на потребностите на нашите клиенти, както и своевременното намиране на коректните решения за тях.

- Как се постигат високи резултати?

- Точна формула за това няма. Най-трудно е да се убеди клиентът в потребността от съответния банков продукт, както и изборът на подход, който да приложим, за да отговорим на неговите индивидуал-



- Обожава да пътува, преоткрива и научава нови неща
- Мечтае да опознае много нови кътчета от света

ни изисквания. Старая се не просто да обслужвам клиентите, а да спечелвам и заслужавам тяхното доверие и уважение. За мен правилната стратегия за постигането на отлични резултати се основава на постоянство, упоритост и непреклонна амбиция да даваш всичко от себе си и да се преследва професионализъм и стремежът към успех. Просто не трябва да се отказваш и да не позволяваш на нищо да сломи духа и желанието ти, когато ясно си определил целите си. Това е!

- С какви предизвикателства се срещате в ежедневието си с клиентите?

- Ежедневните предизвикателства съпътстват моя работен процес, поради интензивността и разнородността на нещата, които върша, и хората, с които се срещам. В работата ми с клиенти винаги се опит-

вам да им препредавам и представям информацията по достъпен и разбираем за тях начин, придържайки се към високите стандарти на доброто клиентско обслужване. Притеснението да не допусна грешка и стремежът да направя нещата по правилния начин, добрата комуникация с клиентите, коректното отношение, адекватната и своевременна реакция, която се очаква от мен – всичко това е част от работното ми ежедневие. Одобрението и усмивката на клиента са истинското удоволствие, което търся.

- Кое е нещото, с което се гордеете, в професионален и личен план?

- Радвам се, че за краткото време в банката, успявам да се доказвам и да печеля доверието на много хора. Горда ме прави чувството от добре свършената работа,

както и от предоставената ми възможност да споделя своите умения относно промотирането и продажбата на банковите продукти с всички колеги. Спечелените от мен награди, предоставени ми от съвместния проект между Fibank и MasterCard, са допълнително признание за положените от мен усилия. Удовлетворена и мотивирана ме прави и фактът, че днес съм отново с вас! А в личен план се гордея с възпитанието, което родителите ми са дали, и с това, което съм като човек.

- Каква е Лидия извън офиса?

- Позитивна, емоционална, малко наивна, вярваща, че доброто като ценност в хората все съществува, винаги посрещаща всичко с усмивка и ведро настроение. Наслаждавам се максимално на свободното време, което ми остава в компанията на приятели за мен хора и музика. Обожавам да пътувам, преоткривам и научавам нови неща, да опознавам интересни хора, нови места и култури. Това ме обогатява и ме зарежда с необходимата енергия, което ме прави да се чувствам жива и най-важното – истински щастлива.

- Каква е мечтата, която предстои да реализирате?

- „Човек е толкова голям, колкото са големи мечтите му“. Затова не спирам да мечтая. А какви точно са мечтите ми? Безброй... Мечтая да опозная много нови кътчета от света, да бъда заобиколена само от истински приятели, да се радвам на щастливи мигове с тях. Най-романтичната за мен мечта вече определям като реализирана – срещнах истинския човек, който ме прави завидно щастлива. Пожелавам си да съм най-вече здрава, за да развивам максимално своя потенциал и да постигам целите си.

■ DINERS CLUB ■

Fashion's Night Out със Средиземноморски полъх

■ *Със своята кредитна карта Diners Club First Lady дамите имаха възможността да пазаруват с ексклузивни отстъпки*



Клубът на първите дами на Дайнерс Клуб България и магазин „Макс спорт“ посрещнаха лятото с ексклузивно ревю на най-новите предложения бански костюми, аксесоари и спортни облекла на марките EA7 Emporio Armani и Vanapa Moon.

Вечерта беше „завладяна“ от флорални щампи в ярки цветове, подчертаващи усещането за екзотика и красота. „Made in Monaco“ или Vanapa Moon и този сезон заложиха на младежката линия, но и не изневериха на фините материи и качеството. Умело съчетаните аксесоари в комбинация с представените свежи бански допълваха лятното настроение.

Гостите на ревюто се насладиха и на стилната и модерна линия спортни дрехи и аксесоари на утвърдената марка EA7 Emporio Armani, допринасяща за лукса и качеството в спорта.

За да уважат събитието,



бяха дошли редица светски личности и ценители на модата: стилистът-коафьор Митко Дамов, bankerите Виолина Маринова и Лучия Каприта, Екатерина Генова. Вечерта продължи в приятна и изискана атмосфера.

Първите дами имаха възможността да пазаруват с ексклузивни отстъпки от представените нови колекции със своята кредитна карта Diners Club First Lady – символ на изисканост и висока класа.



■ НИЕ ОТ FIBANK ■

Блогът на Fibank стана на 6 години!

В прекрасна и весела атмосфера отпразнувахме рождения ден на блога. В компанията на известни блогъри и приятели на блога разказвахме един на друг свои интересни истории от блогърското ежедневие, припомняхме си случки с Fibank, говорихме си за настроенята на потребителите към брандовете в социалните медии и как

динамично се променя средата.

Посрещнахме гостите, които още с влизането бяха с

големи усмивки, подготвени за весело парти.

Ади и Филип ни изненадаха с подарък – цвете, което

да засадим и да се грижим така добре за него, както и за блога.

Да станеш на шест и да си един от първите корпоративни блогове в България е привилегия и отговорност. Точно затова, докато горяха свещичките, си пожелахме на глас да имаме активни читатели, да получаваме обратна връзка от тях – и позитивна и градивна критика, когато е нужно, и да продължаваме двустранната комуникация, която всъщност е смисълът на съществуването на блога на Fibank.

Пожелаваме си да бъдем все така актуални в социалните медии и да се развиваме успешно, за да бъдем полезни за ВАС – нашите приятели, читатели, клиенти.

И не забравяйте да четете най-актуалното от нас на <http://blog.fibank.bg/>



■ FIBANK СПОРТ ■

Златни и сребърни медали за служителите на Fibank

От 4 до 8 юни 2014 г. се проведе Единадесетият работнически спортен фестивал с международно участие. Надпреварата беше организирана от Българската работническа федерация „Спорт и здраве“, съвместно с КНСБ и с подкрепата на Министерството на младежта и спорта. В спортната инициатива се включиха 1500 участници от 22 страни, които се бориха за медалите в 16 вида спорт (бадминтон, боулинг, бридж, вдигане на пудовка, волейбол, дартс, мини футбол, петанк, плажен волей-



бол, плажна борба, плуване, стрийтбол, теглене на въже, тенис, тенис на маса и шах).

Завоювани успехи от отбора на Fibank постигнаха служителите в състезанието по тенис на корт: 2-ро място отборно жени, Купата за феър плей, отборно мъже и златен медал – индивидуално жени.

За първи път тази година попълнихме богатата колекция от златни и сребърни медали от традиционните ни участия в международните спортни фестивали и с Купата за феър плей, която беше

връчена на мъжкия отбор на Fibank по тенис, който демонстрира най-голяма коректност в надпреварата по тенис, което означава, че достойното представяне винаги е и резултат на спортсменска игра.

За отбора на Fibank се състезава Надежда Симова, експерт в Дирекция Операции, Надя Кошинска, Директор Кредитиране на малки и средни предприятия, Петър Новков, Зам.-директор Дирекция Административна и Георги Георгиев, служител в Дирекция Сигурност.

■ СЪВЕТИТЕ НА
СПЕЦИАЛИСТА ■

**АЛЕКСАНДЪР
КОСТОВ**



Методолог,
отдел „Външни
институции“,
Дирекция
„Методология“

Поглед към платежните иновации

■ *Иновациите в областта на клиентските плащания и свързаните с тях практики стават все по-многобройни*

Едно от нещата, които човек прави редовно, най-често ежедневно, е да плаща за даден продукт или услуга, които получава. Плащанията са определяни като „маслото в колелата“ на вътрешния пазар на Европейския съюз. Значението им за установяване на пълноценен единен пазар и за подкрепа на растежа на икономиката е голямо, поради което все повече са публичните и частните инициативи в тази област, имащи за цел повишаване на ефективността и сигурността им. Начинът, по който извършваме плащания се променя, повлиян основно от развитието на информационните и комуникационни технологии, които обуславят до голяма степен съвременния начин на живот.

Иновациите в областта на клиентските плащания и свързаните с тях практики стават все по-многобройни, като основно предизвикателство пред тях е да благоприятстват интеграционните процеси и да допринасят за по-голяма полезност и надежност в тази сфера, а не обратното. Тук ще ви представим накратко някои от основните платежни иновации, определени като такива от Европейската централна банка, които се базират на използването на банкови сметки, платежни карти, парични преводи, интернет банкиране.

Интернет плащания-



та (online e-payments) са плащания, при които данните и инструкциите за извършването им се предават и потвърждават посредством интернет, между клиента и неговия доставчик на платежни услуги, в процеса на пазаруване от онлайн търговец.

Мобилните плащания (m-payments) от своя страна се извършват, като данните и инструкциите за изпълнението им се предават и/или потвърждават чрез мобилна комуника-

ция и технологии за предаване на данни чрез мобилно устройство (смартфон, таблет и др). Мобилните плащания се класифицират като плащания от близост напр. безконтактни плащания чрез NFC (near field communication) технология или чрез сканиране на QR (quick response) код и като плащания от дистанция напр. чрез sms.

Свързани с горните два вида плащания са дигиталните/мобилните

портфейли (digital/mobile wallets), които съхраняват данните за потребителя и избрани негови платежни инструменти, напр. дебитни и кредитни карти, като премахват нуждата те да бъдат въвеждани всеки път при покупка през интернет магазин.

Това също така може да бъде пример за услуги за достъп до платежни сметки (payment account access services), каквито се предоставят не от доставчика на платежни услуги на потребителя, а от трета страна. Те се делят на услуги за информация по сметки, които позволяват наблюдението на няколко сметки едновременно при една или повече банки, и такива по инициерирането на плащания по нареждане на потребителя чрез тези сметки, например чрез връзка с интернет банкирането му.

Платежни иновации са и електронните фактури (e-invoicing), които позволяват изпращането и получаването на фактури, както и последващата им обработка и съхранение да се извършва изцяло с електронни средства. Такива са и електронните съгласия за директен дебит (e-mandates), чрез които предоставянето на съгласие за директен дебит между платеца и получателя на паричните средства може да бъде направено по изцяло електронен начин.

Друг сегмент, който се развива, е на платежните карти, допълнени с иновативната функционалност за безконтактни плащания, каквито Fibank предлага на клиентите си.

Платежните иновации имат за цел по-лесни и поудобни платежни услуги и автоматизиране на процесите по извършването им. Тяхното бъдещо развитие и място на пазара ще се определят от конкурентните им предимства и съответствието им с регулаторните изисквания.

■ АНАЛИЗ ■



ХРИСТО ХРИСТОВ

Главен специалист
Маркетингови про-
учвания и анализи

„Може би сега е най-подходящото време да заживеее в собствен дом.“ Това изречение сигурно за мнозина от вас звучи клиширано. Колкото и досадно да е всяко клише, то е такова, защото е общоприета истина. За да го потвърдим обаче, трябва да разгледаме какви са икономическите аргументи за това.

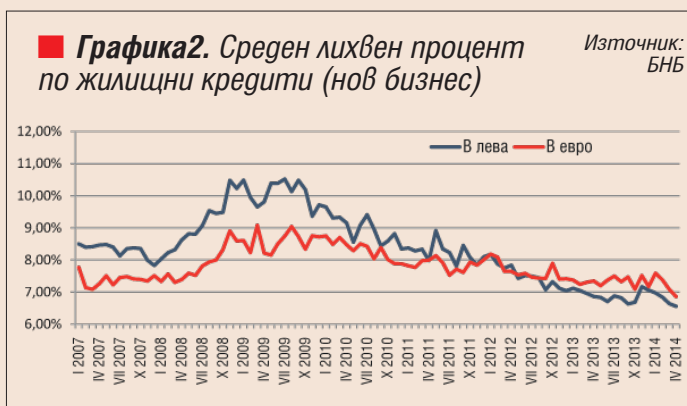
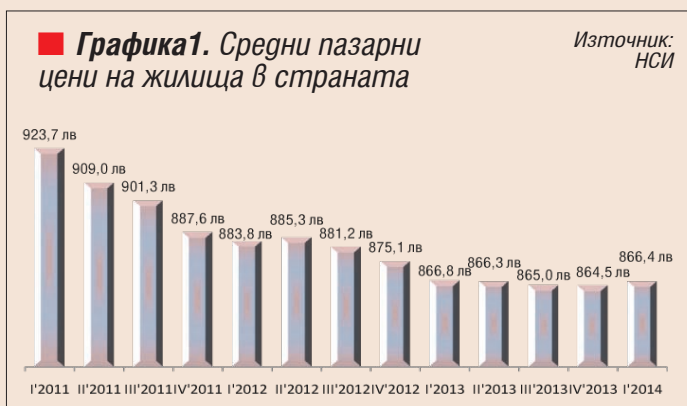
През последните 1-2 години сме свидетели на все по-отчетливо облекчаване на изискванията към потребителите в предлаганите кредитни продукти на всички банки. Това е ефект от подобряващата се икономическа среда.

Сезонно изгладените данни на Националния статистически институт (НСИ) показват растеж от 1.2% на БВП през първото тримесечие на 2014 г. в сравнение със съответното тримесечие на 2013 година. Агенцията по заетостта (АЗ) регистрира през май значително намаление на безработицата за втори пореден месец. Равнището ѝ е 11,2%, като намалява с 0,6 процентни пункта спрямо април, съобщават от държавната агенция. За сравнение през първите три месеца на годината показателят се задържа на ниво от 12,2%.

Друг фактор, определящ решението за покупка, са цените на жилищата. По данни на НСИ индексът на пазарните цени на жилищата за първото тримесечие на 2014 г. спрямо четвъртото тримесечие на 2013 г. е 100,2%, т.е. средното увеличение на пазарните цени на жилищата е 0,2%. Средната пазарна цена на жилищата за страната през първото тримесечие на 2014 г. е 866,44 лв./кв. метър. Най-високи са средните цени в следните областни градове: София - 1 463,17 лв./кв. м,

Клише ли е собственият дом?

■ Позитивните сигнали в икономиката се отчитат и от предварителните данни за БВП



следвана от Варна - 1 370.00 лв./кв. м, и Бургас - 1 110.33 лв./кв. метър.

От графиката ясно се вижда, че в края на миналата година цените на жилищата в страната са достигнали своето най-ниско ниво за последните няколко години и започват 2014 г. с леко увеличение. Това ни дава основание да смятаме, че в момента цените на жилищата са достигнали своето дъно и през следващите тримесечия ще видим бавно отгласване от него. В рамките на годината не очакваме да станем свидетели на съществени изменения, но ще видим ясна тенденция на плавно увеличаване, която през следващите години ще се ускорява.

Друг основен фактор са лихвените нива по предлаганите жилищни кредити на пазара. По данни на Българска народна банка (БНБ) през април 2014 г. средният лихвен процент по жилищните кредити в левове се понижава на годишна база с 0.31 пр.п. до 6.56%, а по тези в евро – с 0.49 пр.п. до 6.86%. На месечна база средният лихвен процент по кредитите в левове се понижава с 0.08 пр.п., а по жилищните кредити в евро – с 0.23 пр.п. Разглеждайки тези нива в исторически план, се вижда, че лихвените проценти по новоотпуснатите жилищни кредити днес са на по-ниски нива от тези преди световната икономическа криза да стъпи

в България.

В обобщение на всичко изложено до тук можем да изразим следните очаквания за следващите няколко години. Подобряването на икономиката (не само в страната, но и в международен план) ще стимулира все по-голяма част от бизнеса да разшири своето производство и да създава нови работни места. Повишеното търсене на работна ръка ще се отрази положително и върху работните заплати, самите потребители ще започнат да се чувстват все по-сигурни, че лесно и бързо биха могли да намерят работа, при необходимост. След като имат тази сигурност, все повече потребители ще започнат да се възползват от значително облекчените условия по жилищните кредити и ниските лихвени нива, за да се сдобият със свой собствен дом. Това от своя страна ще провокира по-активно търсене на жилищни имоти, което ще окаже влияние върху цените им в посока нагоре.

Всичко това показва, че в момента факторите, определящи покупка на собствен дом, са най-благоприятни за потребителите, тъй като сумата необходима им за него ще бъде доста по-ниска от тази, която ще им бъде необходима след година или две, а същевременно те ще могат да се възползват още днес от ниските лихвени проценти.

Сега Fibank предлага жилищен/ипотечен кредит с 0% лихва за първата година и възможност потребителите сами да изберат допълнителни екстри към кредита. Името на кредита е „Право на избор“. За втората и третата година на кредита потребителите ще се възползват от фиксирана годишна лихва от 6.5%.

■ ИНТЕРВЮ ■

Д-р Емил Илиев, организатор на Джаз фестивала в Банско:



Очакваме над 45 000 души да чуят Джаз феста в Банско

■ 22 групи ще разват феновете на джаза от 8 до 13 август

- Г-н Илиев, от 17 години организирате международния джаз фестивал в Банско. Според Вас увеличават ли се феновете на джаза в България?

- За цяла България не мога да кажа, но Банско вече е на предела на капацитета си да побира желаещите да слушат джаз музика на сцената на площада в града. Тази година очакваме над 45 000 души да чуят Джаз феста в Банско. Това е и капацитетът на града към настоящия момент. Занапред предстои голямо разширяване на обема на фестивала в повече зали. Трябва да създадем закрит летен театър, който да ни пази от дъжд през лятото, както и трябва да имаме в Банско мултифункционална спортна зала, която да става както за спортни събития, така и за концерти. Нашата цел е да станем по-известни от Монтьро.

- Джаз фестивалът става все по-популярен. Колко хора най-много са се събрали?

- Най-много са се събрали 40 000 души за дните на целия фестивал. Имаме три концерта, които са поставили рекорди. Площадът бе изпълнен изцяло, както и всичките подстъпи към улицата бяха препълнени. Това се случи на концерта на Соломон Бърг, който е една голяма легенда на соул музиката. За него дойдоха огромен брой чужденци. Билетите на неговите концерти обикновено струват 80-100 долара. Билет за концерт извън България на

всеки един изпълнител от тези, които представяме на Джаз Феста в Банско, не струва под 100 лева. Обикновено каним около 24 групи изпълнители. Тоест, ако човек прекара в Банско ваканцията си и чуе повечето от тези 24 изпълнители, той ще спести поне 1500 лв., защото за фестивала не се плащат билети. Концертите се поемат изцяло от спонсорите Първа инвестиционна банка и община Банско. Всички фенове на джаз музиката са много благодарни на банката, защото именно Fibank покрива разходите за този фестивал, а иначе всеки трябва да си плати билетите от своя джоб. На площада всяка вечер се събират по 7000 души и си представете, ако те трябва да си платят сами билетите, това колко много пари са. Ако ние вземем от 7000 души по 100 лв., това прави 700 000 лева на вечер. Целта е занапред да се създадат условия и концертите да са платени, за да можем да си позволим да каним големи звезди. Разбира се ще има и безплатни сцени, но те ще са на по-нископлатени изпълнители. Всяка година се опитваме да каним все по-известни изпълнители, но възможностите зависят от бюджета, с който разполагаме.

- Споменахте, че проявата е възможна благодарение на Община Банско и Fibank. Лесно ли се организира фестивал от подобен ранг, когато имаш подкрепата на такива партньори?

- Несъмнено подкрепата на Община Банско и Fibank е от изключително значение за развитието на фестивала. Fibank за 12-та поредна година е основен спонсор и благодарение на финансирането в последните години фестивалът стана познат в цяла Европа и се превърна в събитие от световен ранг.

Искам да изкажа специална благодарност на Първа инвестиционна банка – генерален спонсор на фестивала, за тяхната непрестанна подкрепа, благодарение на която всички гости на Банско от 8-ми до 13-ти август ще могат да се насладят на изключително интересната програма през 2014 г.

- Коя световна звезда мечтаете да поканите в Банско?

- Много са тези, които искам да поканя. Например Майкъл Бубле, но хонорарът му е 250 000 лева. Ние не искаме тази сцена в Банско да бъде само за джазови изпълнители, а постепенно в бъдеще да се привлекат и поп изпълнители. Не изключвам да се появи там и Пол Анка, но и за него трябва да се платят 120 000 долара.

- Кои ще бъдат звездите в тазгодишната програма на фестивала?

- Още в първия ден ще пеят гранд дамите на българската музика – Йорданка Христова и Камелия Тодорова, които честват и юбилеи. Фестивалът ще се проведе от 8 до 13 август и сме поканили 22 групи

изпълнители. Сред тях са Стефка Оникян, ЖеСант и Чайна Музес. Една от звездите на сегашния фестивал е Йюка с песента Simply Falling. Когато я ангажирахме през февруари миналата година, песента й имаше 700 000 гледания в YouTube, а сега е абсолютен хит с 20 милиона посещения. В момента цял свят я слуша и тази певица вече струва цяло състояние да я поканиш да пее. Тя е голямата звезда на фестивала.

- Според Вас кога Банско ще стигне Монтьро?

- Между 25-ия и 30-ия фестивал ще задминем Монтьро. Миналата година само за един ден бяха регистрирани в Банско 20 000 нощувки. Когато този обем нарастне до 200 000 души, които са чули фестивала, аз ще бъда доволен и ще знам, че съм си изпълнил мисията и целта. Моята цел е да направя събитие от световна величина. Джаз фестивалът набира популярност и идват все повече чужденци. В един английски сайт само за миналата година е имало от Великобритания 3 милиона посещения да видят каква е програмата на фестивала в Банско. Годишно получавам около 8000 предложения на групи от цял свят, които искат да свирят в Банско. Ако по 12 часа на ден само с това се занимаваш и слушаш по 2 песни на група, само за селекцията на тези изпълнители ще ти трябва 55 дни. Не трябва да се подценява никои.



■ БАНКОВ СВЯТ ■

В чужбина

Българите пазаруваха за над 11 млн. евро в чужбина с карти Visa в периода от 19 април до 6 май тази година, показва проучване на Visa.

Това е с 13% повече средства, а броят на направените покупки надхвърля 179 000, което е с 14% повече спрямо същия период на 2013 г.

Най-предпочитаната дестинация от българите за Великденските и майските празници през 2014 г. е Италия. Там родните потребители са похарчили над 1,5 милиона евро с карти Visa. Тази сума е по-висока в сравнение с всички останали държави в света, а броят на покупките, с който е достигната, надхвърля 15 000. В сравнение с 2013 г., тези цифри отчитат 19% ръст в общия потребителски разход на българите и 15% увеличение в броя на осъществените от тях покупки.

Освен Италия, значителна употреба на български карти Visa е регистрирана в четири други държави – Гърция, Франция, Турция и Великобритания. Гърция е на второ място като най-предпочитана дестинация за Великденските празници с над 8 500

Българите пазаруваха за над €11 млн. с карти Visa



транзакции с български карти Visa и общ потребителски разход повече от 895 хил. евро. Във Франция са обработени над 13 хил. транзакции на стойност, надхвърляща 882 хил. евро. Най-висок брой покупки от българите с карти Visa е регистриран във Великобритания – почти 24

000, а общата стойност на средствата изхарчени там надхвърля 790 хил. евро.

В съседна Турция българите са направили близо 8 000 покупки на обща стойност от 585 хил. евро, което съставлява ръст от над 30% в общия потребителски разход и 29% в броя на напра-

вените покупки в сравнение с предходната година.

Извършените в тези четири страни транзакции съставляват близо 30% от общия брой транзакции, осъществени с карти Visa по време на празниците, и достигат стойност от над 3,3 млн. евро.

■ АНАЛИЗ ■

„Райфайзен рисърч“: Няма риск за други банки

Ситуацията около Корпоративна търговска банка (КТБ) не представлява заплаха за валутния борд или за резервите на БНБ. Това показва проучване на „Райфайзен рисърч“.

Според банковите анализатори ликвидната криза в КТБ ще остане изолиран случай. „Няма признаци на подобни проблеми в други български банки, нито на финансов стрес в системата като цяло“, смятат експертите.

Експертите припомнят, че КТБ е четвъртият по големина кредитор в страната. Затова според тях ескали-

рането на ситуацията около банката е „странно“. „Фактическата национализация на КТБ в последната минута също изглежда странна предвид на системната ѝ значимост“, коментират от „Райфайзен рисърч“.

Според банковите анализатори не трябва да се пренебрегва влиянието на няколко критични информации за финансовото състояние на банката, които са се появили в медиите. Те също са допринесли за напрегнатата ситуация с ликвидността на Корпоративна търговска банка.

