

**РЕГИОНАЛНА ИКОНОМИКА  
И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ**

---

**Сборник с доклади от научна конференция  
Том 2**



# **РЕГИОНАЛНА ИКОНОМИКА И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ**

**Сборник с доклади от научна конференция,  
организирана от Научноизследователски институт  
при Икономически университет - Варна  
17 ноември 2017 г.**

**Том 2**

2018  
Издавателство „Наука и икономика”  
Икономически университет – Варна

Публикуваните доклади не са редактирани и коригирани. Авторите носят пълна отговорност за съдържанието, оригиналността им и за грешки, допуснати по тяхна вина.

Тази книга или части от нея не могат да бъдат размножавани, разпространявани по електронен път и копирани без писменото разрешение на издателя.

© Издателство „Наука и икономика”,  
Икономически университет – Варна, 2018.  
ISBN 978-954-21-0957-0

## **ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ**

*Председател:* Доц. д-р Людмил Найденов

*Членове:* Доц. д-р Мария Кехайова  
Доц. д-р Илиан Минков  
Димитрина Бакалова

## **НАУЧЕН СЪВЕТ**

Проф. д-р Зоя Младенова  
Проф. д-р Веселин Хаджиев  
Проф. д-р Стефан Вачков

# С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е

## Секция

### УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА, НА РЕГИОНИТЕ И ТЕРИТОРИАЛНИТЕ ОБЩНОСТИ

1. **Проф. д-р Николай Арабаджийски, НБУ**  
Политики за устойчиво развитие на администрацията на изпълнителната власт в Р. България през първия програмен период на членство в ЕС..... 13
2. **Проф. д-р Огняна Стоичкова, ВУАРР, доц. д-р Виржиния Желязкова, доц. д-р Яким Китанов, ВУЗФ**  
Принципи на устойчивото инвестиране..... 30
3. **Доц. д-р Людмил Найденов, ИУ – Варна**  
Фискални правила и устойчивост на публичните финанси на България – нормативни аспекти..... 42
4. **Гл. ас. д-р Елка Василева, доц. д-р Георги Николов, УНСС**  
Адаптирането към климатичните промени във фокуса на политиката за регионално развитие..... 54
5. **Доц. д-р инж. Кирил Радев, НБУ**  
Индустрия 4.0 – предизвикателства за устойчивото развитие на националната икономика ..... 67
6. **Доц. д-р Стоян Киров, ИУ – Варна**  
Застрахователната колаборация на общините за устойчиво развитие ..... 81
7. **Гл. ас. д-р Валерия Динева, УНСС**  
Системите за контрол в подкрепа на управлението на устойчивото развитие..... 90

<b>8. Докт. Елена Консулова-Атанасова, ИУ – Варна</b> Финансиране на държавните висши училища в България – състояние и бъдещи възможности в контекста на устойчивото икономическо развитие.....	102
<b>9. Доц. д-р Екатерина Арабска, ВУАРР</b> Мисията на фермерските пазари – чиста храна и устойчиво развитие.....	114
<b>10. Гл. ас. д-р Дамян Киречев, ИУ – Варна</b> Изследване екологичната конкурентоспособност на избрани типове селски райони в България.....	129
<b>11. Докт. Даниел Ишхан Нигохосян, СУ “Св. Кл.Охридски”</b> Оценка на очакваното въздействие на Оперативна програма “Региони в растеж” върху сградната енергийна Ефективност.....	149
<b>12. Гл. ас. д-р Татяна Радева, ТУ – София</b> Анализ на съществуващо улично осветление с подмяна на енергоефективно.....	164
<b>13. Доц. д-р Катинка Михова, Лесотехнически университет</b> Устойчиви селища и градско земеделие .....	175
<b>14. Докт. Деница Косева, ИУ – Варна</b> Устойчиви градове .....	186
<b>15. Доц. д-р Надя Миронова, УНСС</b> Политика за насърчаване на екологично потребление – социална отговорност или просто бизнес? .....	200
<b>16. Доц. д-р Михал Стоянов, ИУ – Варна</b> Настъплението на електрическите автомобили .....	213
<b>17. Доц. д-р Симеонка Петрова, СА “Д. А. Ценов” – Свищов</b> Решения за устойчиво развитие на асортимента на търговските предприятия.....	227
<b>18. Докт. Мария Георгиева, ИУ – Варна</b> Маркетингови измерения на устойчивото развитие .....	235

- 19. Докт. Селвет Ниязиева, ИУ – Варна**  
 Конвенционален срещу устойчив маркетинг ..... 247
- 20. Доц. д-р Дора Кабакчиева, ШУ “Епископ К. Преславски”**  
 Брандингът в подкрепа на устойчивото развитие  
 на територията ..... 263
- 21. Гл. ас. д-р Боряна Грънчарова-Сербезова, ИУ – Варна**  
 Смисъл и тълкуване на понятието “устойчив бранд” ..... 277
- 22. Докт. Радина Русева, докт. Михаела Христова, ИУ – Варна**  
 Устойчиво позициониране на бранд..... 286
- 23. Ас. д-р Светлана Ненчева, ВТУ “Св. св. Кирил и Методий”**  
 Брандът читалище - проблеми и перспективи ..... 298
- 24. Ас. д-р Александър Давчев, ВУАРР**  
 Някои възможности, които био земеделието съдържа в себе си  
 за развитие на устойчива регионална икономика ..... 305
- 25. Ас. д-р Калоян Димитров, УНСС**  
 Необходимостта от устойчиво лидерство в съвременните  
 Предприятия ..... 311

### Секция

## ИКОНОМИЧЕСКИ ПРОБЛЕМИ И БЛАГОСЪСТОЯНИЕ

- 26. Проф. д.ик.н. Евгений Стоянов, ВУАРР**  
 Детерминантите в усъвършенстване на финансовия  
 Контрол ..... 327
- 27. Доц. д-р Георги Георгиев, ас. Николина Марева, ВУАРР**  
 Измерване на риск коригираната възвръщаемост при фондовете  
 за доброволно пенсионно осигуряване в България..... 342
- 28. Гл. ас. д-р Пламен Илиев, НБУ**  
 Управление и контрол на средствата по Европейски  
 Програми ..... 356



<b>29. Ас. д-р Танер Исмаилов, СА “Д. А. Ценов” – Свищов</b> Акцизите в структурата на данъчните приходи в Р. България след членството в ЕС .....	368
<b>30. Гл. ас. д-р Александрина Панчева, ИУ – Варна</b> “Нормираната” джандър свобода на банките .....	376
<b>31. Ас. Владислава Георгиева, ВУАРР</b> Детерминанти на стратегическото финансово планиране .....	391
<b>32. Доц. д-р Павлина Димитрова, ВУАРР</b> Полезна ли е политиката на публичните компании относно разкриване на нефинансова информация на интернет страниците им? .....	398
<b>33. Ас. д-р Ради Димитров, СА “Д. А. Ценов” – Свищов</b> Възможности за усъвършенстване счетоводното отчитане на паричните средства по сметки на бюджетни организации в банките .....	411
<b>34. Гл. ас. д-р Красимира Найденова, ИУ – Варна</b> ДДС за инвеститори .....	422
<b>35. Доц. д-р Зорница Стоянова, гл. ас. д-р Борислав Атанасов, УНСС</b> Барииери при реализацията на водни проекти в България.....	430
<b>36. Проф. д-р Андрей Захариев, доц. д-р Стоян Проданов, докт. Ивайло Маринов, СА “Д. А. Ценов” – Свищов</b> Мост "Дунав Юг" (Свищов - Зимнич): Трансгранични решения за транспортна свързаност .....	445
<b>37. Доц. д-р Антон Маринов, Академия на МВР – София</b> Анализ на жизнения стандарт в България за периода 2007-2016 година.....	457
<b>38. Ас. Корнелия Филипова, ИУ – Варна</b> Poverty Among Vulnerable People In Bulgaria For The Period 2006-2016 .....	470

- 39. Доц. д-р Ервант Степанян, ас. Кирилка Ненкова,  
Институт за регионално развитие – ВУАРР**  
Бъдещето на бежанската криза и бъдещето на България ..... 482
- 40. Д-р Александрина Александрова, СА "Д. А. Ценов" –  
Свищов**  
Проблемът „образование“ в Европейската общност ..... 497
- 41. Доц. д-р Христина Благойчева, ИУ – Варна**  
Social Entrepreneurship And Social Business - The One Side  
Of Two Coins ..... 507
- 42. Докт. Ивелина Димитрова, ИУ – Варна**  
Семейните помощи за деца - превенция срещу бедността..... 519
- 43. Ас. Цветелина Берберова-Вълчева, УНСС**  
Предизвикателства пред деинституционализацията  
на социални услуги за деца в България..... 533
- 44. Гл. ас. д-р Петя Славова, УНСС**  
Повишаване на конкурентоспособността чрез внедряване  
на системи за управление ..... 546
- 45. Гл. ас. д-р Марин Гешков, УНСС**  
Оценяване на персонала в условията на икономическа  
криза ..... 561
- 46. Докт. адв. инж. Веселка Радева, УНСС**  
Позиции на работодателите в трудовите конфликти:  
Трудови, правни и управленски условия ..... 569

**Секция**

**УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА  
НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА,  
НА РЕГИОНИТЕ И  
ТЕРИТОРИАЛНИТЕ ОБЩНОСТИ**



**ПОЛИТИКИ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ  
НА АДМИНИСТРАЦИЯТА НА ИЗПЪЛНИТЕЛНАТА  
ВЛАСТ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ ПЪРВИЯ  
ПРОГРАМЕН ПЕРИОД НА ЧЛЕНСТВО  
В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ**

*Николай Арабаджийски*

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT POLICIES  
THE ADMINISTRATION OF THE EXECUTIVE POWER  
IN THE REPUBLIC OF BULGARIA, UNDER THE FIRST  
PROGRESS PERIOD OF MEMBERSHIP  
IN THE EUROPEAN UNION**

*Nikolay Arabadzhiski*

**Abstract**

The purpose of the paper is to present the policies of the governments of the Republic of Bulgaria for the establishment, functioning and development of the administration of the executive power during the first programming period of membership in the European Union from 2007 to 2013. Analysis of strategic documents and normative documents the article reveals that the civil service model introduced in the pre-accession period in 1998 has not been changed, which is an indicator of the sustainable development of the administration.

**Key words:** *policies, executive bodies, administration, strategic documents.*

Първият програмен период на членство на Република България в Европейския съюз е от 1 януари 2007 г. до 31 декември 2013 г. Политиките за изграждането, функционирането и развитието на структурите от системата на администрацията на изпълнителната власт през този седем годишен период са създавани и реализирани от **четири правителства(три редовни и едно служебно)**. Основен стратегически документ в който са установени техните *политики* е Националната програма за реформи в Република България. Тя се актуализира всяка година и се приема с решение на Министерския

съвет. По този начин всяка управляваща политическа партия или коалиция има възможност да залага и реализира собствени *политики* през мандата на своето управление. Програмата е в изпълнение на *Лисабонската стратегия*<sup>1</sup>(за периода до 2010 г.) и на *Стратегията „Европа 2020“*.<sup>2</sup>

*Политиките* на правителствата се реализират основно чрез усвояване на средства от Структурните фондове на ЕС за провеждането на неговата *кохезионна (регионална) политика*. Финансирането се осъществява на базата на приети Национални стратегически референтни рамки за съответни **програмни периоди**.

През **Първия програмен период** подобряването на работата на държавната администрация в Република България се осъществява чрез две оперативни програми:

- *Оперативна програма „Административен капацитет“ /ОПАК/*. Средствата за програмата са **180 789 087 евро**. От тях 153 670 724 евро са осигурени от Еврорепйския социален фонд и 27 118 363 евро, съфинансирани от републиканския бюджет. По програмта са реализирани общо 1450 проекта, като договорените и разплатени средства са над бюджета на програмата(101,4%).<sup>3</sup>

- *Оперативна програма „Техническа помощ“/ОТП/*. Нейната основна цел бе подобряване координацията, контрола, прилагането и оценката на Структурните фондове и Кохезионния фонд в България в периода от 2007 г. до 2013 г. Програмата се съфинансира от Европейския фонд за регионално развитие.

---

<sup>1</sup> Бел.авт. Наименованието на документа е „Европейски съвет от Лисабон - Стратегия за икономическо и социално обновление на Европа“ и е представен от Европейската комисия на вниманието на извънредния Еврорепйски съвет от Лисабон, 23-24 март 2000 г.

<sup>2</sup> Бел.авт. Наименованието на документа е „Европа 2020: Стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж“ и е предложена от Европейската комисия през март 2010 г. Одобрена е от държавните и правителствените ръководители на страните от ЕС през юни 2010 г.

<sup>3</sup> Вж. Окончателен доклад за изпълнението на Оперативна програма „Административен капацитет“ 2007-2013 с дата на одобрение от мониторинговия комитет 28.12.2016 г.

Средствата за програмата са **48 296 513 евро**, разпределени по години. По програмата са реализирани общо 117 проекта. С помощта на програмата са изградени 28 областни информационни центра, предоставящи информация за възможностите за европейско финансиране, като договорените и разплатени средства са над бюджета на програмата (101,7%).<sup>4</sup>

### **Политики на правителството с министър - председател Сергей Станишев**

Правителството е образувано от дейци на „Коалиция за България (БСП и коалиция), Национално движение „Симеон Втори“ (НДСВ) и Движение за права и свободи (ДПС). Управява от 16 август 2005 г. до 27 юли 2009 г. с мандата на третата политическа сила ДПС. Правителството приема и започва активно изпълнение на управленската си програма за четиригодишния си мандат. Основни функции за изграждането и усъвършенстването на **държавната администрация** се възлагат на министъра на държавната администрация и административната реформа. Като *основна цел*, която трябва да достигне ръководеното от него Министерство на държавната администрация и административната реформа е *„да фокусира усилията си върху дълбочината на промените в администрациите“*, като *„въвлече обществото във формулиране на политиките“*. За постигането на тази *цел* министреството следва да *„оптимизира структурата, общото и оперативното ръководство на държавната администрация“* и да *„подобри управлението на човешките ресурси в нея и да укрепи административния капацитет на централно, регионално и местно ниво“*. То следва да формулира политики с цел продължаване модернизацията на държавната администрация в унисон с практиките на държавите членки на ЕС.<sup>5</sup>

На 21 декември 2006 г. правителството одобрява *Национална*

---

<sup>4</sup> Вж. Окончателен доклад за изпълнението на Оперативна програма „Техническа помощ“ 2007-2013 с дата на одобрение от мониторинговия комитет 28.12.2016 г.

<sup>5</sup> Вж. Програма на Правителството на европейската интеграция, икономическия растеж и социалната отговорност 2005-2009 г., стр.30 и 70.

стратегическа референтна рамка на България/НСРР/ - програмен период 2007-2013 г.<sup>6</sup> Част от нея е утвърдения стратегически документ *Оперативна програма „Административен капацитет“*. С изпълнението ѝ се цели постигането на общии стандарти и правила за реформа в държавната администрация, на всички нива – централно, областно и общинско. Утвърдена е и *Оперативната програма „Техническа помощ“*.

На 1 януари 2007 г. Република България е приета за пълноправен член на Европейския съюз. Една година по-късно правителството на **Сергей Станишев** актуализира *управленската си програма* за периода 2008-2009 г. В нея се предвижда „*подобряване капацитета на администрацията за извършване оценка на въздействието при разработване и прилагане на политики и законодателство*“, както и „*внедряване на Административния регистър, с оглед постигане на по-голяма публичност, прозрачност, яснота, откритост и отчетност на администрацията*“.<sup>7</sup>

През 2006 г. правителството на **Сергей Станишев** инициира законодателни изменения в двата основни закона отнасящи се до изграждането и функционирането на администрацията на изпълнителната власт – *Закона за администрацията*<sup>8</sup> и *Закона за държавния служител*.<sup>9</sup> Двата закона са приети вследствие на реализирането на *Стратегия за изграждане на модерна административна система на Република България* от 1998 г.,<sup>10</sup> в **предпресъединителния период** за членство на Република България

---

<sup>6</sup> Бел.авт. НСРР е изготвена в съответствие с чл.27 и чл.28 от Регламента на Съвета на ЕС(№1083/2006 г. от 11 юли 2006 г.). Тя е документ, описващ ролята на структурните фондове през периода 2007-2013 г. в подкрепа на глобалната стратегия за развитие на България.

<sup>7</sup> Вж. Актуализирана програма на Правителството на европейската интеграция, икономическия разстеж и социалната отговорност 2008-2009 г., с.21.

<sup>8</sup> Обн. ДВ. бр.130 от 5 Ноември 1998 г., с посл. изм. ДВ. бр.98 от 9 Декември 2016 г.

<sup>9</sup> Обн. ДВ. бр.67 от 27 Юли 1999 г., с посл. изм. и доп. ДВ. бр.105 от 30 Декември 2016 г.

<sup>10</sup> Приета с Решение на Министерския съвет № 36 от 09.02.1998 г. (необнародвана).



в Европейския съюз. Стратегията е утвърдена от правителството на **Иван Костов**, който управлява с мандата на Обединените демократични сили /ОДС/ в периода от 21 май 1997 г. до 24 юли 2001 г. С тези закони се регламентира изграждането и функционирането на администрацията на изпълнителната власт и на правния режим на държавните служители.

С приемането на *Закона за администрацията* през 1998 г. в Република България се въвежда френския модел на държавна служба. Той се основа върху „политическите кабинети“, които следва да подпомагат органите на управление да реализират правителствените политики в съчетание със скандинавския модел на държавна служба, основаващ се на „политическия неутралитет на държавните служители“, назначени в администрацията, на които е разрешено да участват в политическа дейност.<sup>11</sup> *Законът* въвежда унифициран модел за администрацията на изпълнителната власт. *Централните органи на изпълнителната власт*, както и председателите на държавни агенции и областните управители създават на свое пряко подчинение „политически кабинети“.

Администрацията на изпълнителната власт е *централна и териториална*.

*Централната администрация* включва: администрацията на Министерския съвет, министерствата, държавните агенции, администрацията на държавните комисии, изпълнителните агенции и административните структури, създадени с нормативен акт, които имат функции във връзка с осъществяването на изпълнителната власт.

*Териториалната администрация* включва: областните администрации, общинските администрации и специализираните териториални администрации, създадени като юридически лица с нормативен акт.

Системата на централната администрация и на областните администрации се изгражда централизирано и се регламентира със

---

<sup>11</sup> Бел.авт. По-подробно за моделите на държавната служба в страни-членки на ЕС вж. Арабаджийски, Н. Организация на публичната администрация в Република България. Изд. НБУ. С., 2010 г., с.71-73.

*Закона за администрацията.*

Системата на общинските администрации от 1991 г. е **изградена децентрализирано**. Структурите ѝ **не се изграждат** на базата на унифицирания модел, въведен със *Закона за администрацията*. Общинските администрации се изграждат в съответствие със *Закона за местното самоуправление и местната администрация*.<sup>12</sup>

Със *Закона за държавния служител*, приет през 1999 г., се въвежда отделен правен режим за държавните служители в администрацията – *административноправен режим*. Съществуващите до този момент *трудоваправни правоотношения*, регламентирани с *Кодекса на труда*,<sup>13</sup> за държавните служители се преобразуват в *служебни правоотношения*. За определяне рамките на дейността по управление на човешките ресурси, както и за повишаване на административния им капацитет през същата година са приети *Стратегия за управление на човешките ресурси в държавната администрация 2006-2013 г.* и *План за нейното изпълнение*,<sup>14</sup> и се актуализира *Стратегията за обучение на служителите в администрацията*.<sup>15</sup>

През 2006 г. правителството приема нова *Стратегия за децентрализация 2006 -2015 г.*<sup>16</sup> В нея са заложили важни стратегически цели за провеждането на *националната политика* за усъвършенстване на териториалното управление. Тя е интегрален документ, който обединява *секторните политики* и тяхната координация на различните равнища на териториално управление. Акцентът е върху обвързването на модернизацията на държавната

---

<sup>12</sup> Обн. ДВ. бр.77 от 17 Септември 1991 г., с посл. доп. ДВ. бр.9 от 26 Януари 2017 г.

<sup>13</sup> Обн. ДВ. бр.26 от 1 Април 1986 г., с посл. изм. и доп. ДВ. бр.105 от 30 Декември 2016 г.

<sup>14</sup> Планът е приет с Протокол № 29.16 от заседанието на Министерския съвет на 20 юли 2006 г.

<sup>15</sup> Приета с Решение на Министерски съвет № 85 от 14 февруари 2002 г., актуализирана с Протокол № 11.1 на Министерския съвет от 16 март 2006 г.

<sup>16</sup> Приета с Решение на Министерския съвет № 424 от 05.06.2006 г.

администрация и изграждането на деконцентрираната администрация с процеса на децентрализация. Тя се основава на приоритетите на *европейските политики* за децентрализация, устойчиво и балансирано развитие на **регионите**. Тези приоритети се основават на принципите на *Лисабонската стратегия* в регионалната политика на България и са съобразени с *Европейската харта за местното самоуправление*.<sup>17</sup>

Част от изискванията за институционалното изграждане на системата на администрацията на изпълнителната власт в Република България са и тези за провеждането на **регионални реформи**. Целта е в Република България да се изградят **региони**, способни да се възползват от структурните фондове.<sup>18</sup> С решение на Европейския парламент (ЕП) от м. септември 2007 г. в България се утвърждават 6 планови региона (NUTS 2), всеки от които обхваща между 4 и 5 области (NUTS 3).<sup>19</sup> Дискусиите за броя на регионите в Република България продължават.

Проблемите на *децентрализацията* на областно и общинско ниво в Република България са предмет на множество задълбочени научни изследвания, проведени в периода от 2006 г. до 2008 г. от различни български експерти. Резултатите в изготвените от тях *аналитични доклади* показват, че няма единно обособило се мнение

---

<sup>17</sup> Бел.авт. Европейската харта за местно самоуправление е приета от държавите-членки на Съвета на Европа в Страсбург на 15 октомври 1985 г. Ратифицирана е със закон, приет от 37-о Народно събрание на Република България – обн. ДВ, бр. 28 от 28.03.1995 г.

<sup>18</sup> Бел.авт. За регионалната икономическа политика на Европейския съюз, политиката на сближаване 2007-2013 г., структурните фондове на Европейския съюз и несъответствията на регионалната политика на ЕС по-подробно вж. Георгиев, Л. Регионална икономика. Изд. НБУ. С., 2009 г., с. 305-391; Георгиев, Л. Регионални и общински несъответствия. Изд. НБУ. 2012 г., с.355-362 и Гълъбинова, Юл. Европейските региони – формално изследване на номенклатурата или използване и възможностите за сближаване. Изд. НБУ. С., 2015 г., с. 59- 91

<sup>19</sup> Бел.авт. По-подробно за плановите региони в Република България вж. Арабаджийски, Н. Държавно и публично управление. Изд.НБУ. С., 2014 г., с.112-114

за второто ниво на управление. Повечето от експертите считат, че ако *политическото решение* е това ниво да бъде нивото на изградените и функциониращи 28 области, управлявани от назначаеми областни управители, които се подпомагат от областни администрации, то в правомощията им трябва да се инкорпорират част от деконцентрираните служби. Ако *политическото решение* е за създаването на по-малко на брой, но по-големи **региони** (6, 9 или 12), то задължително според експертите трябва да се създаде междинно ниво.<sup>20</sup> Дискусиите в тази насока също продължават. Учените се обединяват около *тезата*, че на този етап не е възможно да се вземе предвид един-единствен **унифициран модел** за териториално управление, който да е приложим от всички държави членки на Европейския съюз.<sup>21</sup> Това предполага формулиране и реализиране на различни *политики* за изграждане и функциониране на териториалните органи на управление и какви да бъдат структурите на администрациите, които да ги подпомагат и да предоставят публични услуги на местно ниво.

Вследствие на демографския срив в Република България, една голяма част от общините не са с население над 6000 души. В съответствие с изискванията на *Закона за административно-териториалното устройство на Република България* приет през 1995 г.<sup>22</sup> това условие е валидно само за новосъздаващите се общини. Със *Закон за териториалното деление на Столична община и големите градове* от 1995 г.<sup>23</sup> се урежда териториалното деление на градовете с население над 300 000 души. Такива са

---

<sup>20</sup> Вж. Аналитичен доклад „Проучване на модели на координация на деконцентрираните звена в страните - членки на ЕС, със сходно административно и териториално устройство“. С., МРРБ, 2006г. - заключение.

<sup>21</sup> Бел.авт. По-подробно за резултатите от аналитичните доклади вж.Арабаджийски, Н. Организация на публичната администрация в Република България. Изд. НБУ. С., 2010 г., с.145-152

<sup>22</sup> Обн. ДВ. бр.63 от 14 Юли 1995 г., с посл. изм. ДВ. бр.58 от 18 Юли 2017 г. – чл.8, ал.1 т.1

<sup>23</sup> Обн. ДВ. бр.66 от 25 Юли 1995 г., посл. изм. ДВ. бр.90 от 15 Октомври 1999 г. – чл.1

София, Пловдив и Варна. В тях са създадени райони и кметства в районите. Дебатът за количествените изисквания за броя на населението в тези закони също продължава.

В края на 2007 г. общият брой на структурите на администрацията на изпълнителната власт е **554**. Структурите на централната администрация са **114**. Структурите в териториалната администрация са **440**. Щатната численост на служителите в посочените структури е **91 265** (в централната администрация те са 57 348, а в териториалната администрация 33 917).<sup>24</sup> През 2007 г. **96,6%** от административните структури променят *Устройствените си правилници* поради промяна на щатната численост, структурни промени и промяна на функции.

През 2008 г. са създадени 3 административни структури и 3 комисии и съвети, закрити са 9 и са преименувани 4 структури. Щатната численост на служителите е намалена до **86 877** (в централната администрация са съкратени 2 309 щата, а в териториалната администрация 2 079 щата). Структурите, които променят *правилниците* си са **84%**, като при някои от тях промените са два и повече пъти.<sup>25</sup> Броят на структурите в териториалната администрация през 2007 г. и 2008 г. не се променя.

Сравнителният анализ на броя на структурите на администрацията на изпълнителната власт показва, че **през първите две години на пълноправно членство на Република България в ЕС** не се променят съществено. Не се променя и модела на държавна служба, въведен със Закона за администрацията през 1998 г. Промените са предимно функционални и засягат структурни звена на централната администрация (дирекции, отдели, сектори), както

---

<sup>24</sup> Бел. авт. Количествените данни са публикувани в Доклад за състоянието на администрацията през 2007 г. В щатните бройки на служителите не са включени служителите по специалните закони на Министерството на вътрешните работи/МВР/ и Министерството на отбраната/МО/.

<sup>25</sup> Бел.авт. Количествените данни са публикувани в Доклад за състоянието на администрацията през 2008 г. В щатните бройки на служителите не са включени служителите по специалните закони на МВР, МО и Държавната агенция „Национална сигурност“/ДАНС/.

и броя на техните служители. В *териториалната администрация* няма промени в броя на структурите. Оптимизацията се свежда до съкращаване на щатната численост на служителите. Това е показател за устойчивостта на изградената система на администрацията на изпълнителната власт и провеждане на планирани политики за оптимизацията ѝ.

### **Политики на правителството с министър - председател Бойко Борисов(1)**

Правителството е образувано от дейци на учредената на 3 декември 2006 г. Политическа партия „Граждани за европейско развитие на България“ (ГЕРБ). Управлява от 27 юли 2009 г. до 13 март 2013 г. с подкрепата на парламентарно представените групи на „Синята коалиция“ (СДС и ДСБ), „Атака“ и „Ред, законност и справедливост“ (РЗС). Правителството е обявено като „*Правителство на европейското развитие на България*“. То приема и започва активно изпълнение на управленската си програма за четиригодишния си мандат. Като основен преоритет е заложен „*реформиране на публичния сектор*“. За реализирането му е предвидена *политика* нар. „*реформиране и модернизация*“.<sup>26</sup> Модернизирането следва да се осъществи чрез въвеждане и разширено прилагане на информационни технологии, електронизация на услугите и осъществяването на проект за Електронно правителство.

До края на 2009 г. динамиката в процеса на създаване, закриване, преобразуване и преименуване на административни структури предимно в *централната администрация* е изключително голяма. Започва генерално реструктуриране от горе на долу в изпълнителната власт. Общият брой на структурите на администрацията ѝ се увеличава на **593**. Създадени са нови 36 структури и са закрити 11. Преобразувани са 2 структури и са преименувани 4. Мотивите за тези реформи са „*оптимизиране на функции*“. Извършена е промяна на структурата на 121 администрации, про-

---

<sup>26</sup> Програма на Правителството на европейското развитие 2009-2013 г., с.4 и 5.

мяна на функции в 53, по други причини в 61 и промяна на щатната численост в 138. Извършват се и вътрешни структурни промени в 231 администрации. *Общо 39,6% от административните структури променят Устройствените си правилници.*

В края на 2009 г. общата щатна численост на служителите в администрацията на изпълнителната власт е намалена с 6 622 щата и е сведена до **80 255**.<sup>27</sup> Започва процес на увеличаване на щатните бройки на служителите в териториалната администрация. Този процес е продиктуван от *политиката* за предоставянето на публични услуги от *централната администрация* да се осъществява от структури на *териториалната администрация*, в която са създадени нови 45 специализирани териториални администрации.

На 2 юли 2010 г. Министерският съвет на Република България приема *Актуализирана Стратегия за децентрализацията 2006-2015 г.*<sup>28</sup> Тя е дългосрочен документ за провеждане на *националната политика* за усъвършенстване на *териториалното управление*. С нея се определят насоките за разпределение на правомощия и финансови ресурси между централното, областното и общинското равнище на управление, целящи предоставяне на по-качествени услуги на гражданите. *Стратегията* се осъществява чрез *четиригодишни програми*.

На 29 юли 2010 г. Министерският съвет приема *План за изпълнение на мерките за оптимизация на държавната администрация 2010-2011 г.*<sup>29</sup> *Структурните и щатни промени в администрацията на изпълнителната власт се осъществяват във връзка с неговото изпълнение. Създадени са 2 нови структури, закрити са 2, преименувани са 2, преобразувана е 1. Общо 42% от админи-*

---

<sup>27</sup> Бел.авт. Количествените данни са публикувани в Доклад за състоянието на администрацията през 2009 г. В щатните бройки на служителите не са включени служителите по специалните закони на МВР, МО, ДАНС, Главна дирекция „Охрана“, Главна дирекция „Изпълнение на наказанията“, Служба „Военна информация“, Служба „Военна полиция“ и Комисията за установяване на имущество, придобито от престъпна дейност.

<sup>28</sup> Приета с Решение на Министерски съвет № 454 от 02.07.2010 г.

<sup>29</sup> Приет с Решение на Министерски съвет № 560 от 29.07.2010 г.

стративните структури променят Устройствените си правилници. Промените са мотивирани с „прехвърлянето на функции от една администрация в друга, с цел разделяне на процеса на разработване на политики по прилагането им“. Промените са отново и предимно в централната администрация. Общата щатна численост на служителите отново е намалена с още 2 988 бройки и е сведена до 77 521. В централната администрация са съкратени нови 4 099 щатни бройки, но нараства общата численост на служителите в териториалната администрация с 2588 щатни бройки.<sup>30</sup>

На 29 декември 2010 г. правителството приема и Обща стратегия за електронно управление в Република България 2011-2015 г.<sup>31</sup> Две от целите ѝ са свързани с въвеждането на „бизнес-модели“ в работата на администрацията и изграждане на „цифрова администрация“.

През 2011 г. продължава реализирането на политиката за окрупняване на структурите на централната администрация. Повишаването на ефективността и ефикасността при разходването на държавния бюджет има за цел да подобри качеството на предоставяните публични услуги и реализацията на икономия на разходите за издръжка на администрацията. Създадени са 3 нови структури, закрити са 10, преименувани са 3, преобразувани са 2. Общата щатна численост на служителите отново е намалена с още 1 549 бройки и е сведена до 75 972 щата. В централната администрация са съкратени 467 щатни бройки, а в териториалната администрация се съкращават 1 082 щатни бройки.<sup>32</sup>

През 2012 г. динамиката на структурни промени в централ-

---

<sup>30</sup> Бел.авт. Количествените данни са публикувани в Доклад за състоянието на администрацията през 2010 г. В щатните бройки на служителите не са включени служителите на МВР, което през 2010 г. има утвърдени 58 170 щатни бройки..

<sup>31</sup> Приета с Решение на Министерски съвет № 958 от 29.12.2010 г.

<sup>32</sup> Бел.авт. Количествените данни са публикувани в Доклад за състоянието на администрацията през 2011 г. В щатните бройки на служителите не са включени служителите на МВР, което през 2011 г. има утвърдени 58 170 щатни бройки.



ната администрация намалява. Създадена е 1 нова структура и 3 консултативни съвета, преименувана е 1 структура и са преобработени 5. Драматично се увеличава щатната численост на служителите в централната администрация. Увеличението е с нови 14 444 щатни бройки. В териториалната администрация числеността намалява с 711 щатни бройки. Общата щатна численост на служителите е увеличена драстично и достига **89 705** щатни бройки. Следствие на извършено проучване и анализ на нормативни актове се установява, че основна причина за това увеличение са направени законодателни изменения, с които се разширява приложното поле на Закона за държавния служител и на Закона за администрацията.<sup>33</sup>

Сравнителният анализ на броя на структурите на администрацията на изпълнителната власт показва, че **през третата, четвъртата, петата и шестата години на пълноправно членство на Република България в ЕС** се променят съществено. Не се променя модела на държавна служба, въведен със Закона за администрацията през 1998 г. Промените са и структурни, и функционални и кадрови. Те засягат, както структурни звена на централната администрация, така и на териториалната администрация. Въпреки реализираните многобройни политики от правителството оптимизацията на администрацията не е постигната. За почти четири пълни години на управление общата щатна численост на служителите е увеличена с **нови 9 450** щатни бройки. Това е показател за неустойчивостта на изградената система на администрацията на изпълнителната власт. Проведените планирани политики за оптимизацията ѝ не подобряват нейната дейност. Все още не е достигнат необходимия административен капацитет на администрацията, която да е годна да осъществява дейността си в новите условия.

*Два месеца преди приключването на четиригодишния мандат,*

---

<sup>33</sup> Бел.авт. Количествените данни са публикувани в Доклад за състоянието на администрацията през 2012 г. В щатните бройки на служителите не са включени служителите на МВР, което през 2012 г. има утвърдени 55 170 щатни бройки.

след продължили няколко дни през м. февруари 2013 г. масови протести в страната, чиито основен предмет са високите цени на тока и монополите, а по-късно голяма част от тях прерастват в антиправителствени протести, правителството на Бойко Борисов подава оставка, която е приета от Народното събрание на 21 февруари 2013 г.

На 12 март 2013 г. президента на Република България **Росен Плевналиев** назначава **служебно правителство**.

### **Политики на служебното правителство със служебен министър -председател Марин Райков**

Правителството е *служебно* и е съставено от независими експерти. Управлява от 13 март 2013 г. до 29 май 2013 г. Служебният министър - председател Марин Райков е и министър на външните работи. Към министър-председателя е изграден *Граждански борд за честни избори*. Като служебно правителство то не осъществява *политики*, свързани с изграждането, функционирането и развитието на администрацията на изпълнителната власт. Негови *основни задачи* са да организира провеждането на демократични избори и да осигури стабилност и приемственост във функционирането на държавните институции, за да бъде гарантирани редът, сигурността и икономическото развитие на българските граждани.

### **Политики на правителството с министър - председател Пламен Орешарски**

Правителството е експертно и е избрано от 42-то Народно събрание и управлява от 29 май 2013 г. до 05 август 2014 г. с подкрепата на парламентарно представените групи на БСП, ДПС и Атака. През целия период на управление правителството е съпроводено с масови протести на гражданите, свързани с нецелесъобразното назначение на Деян Пеевски за председател на Държавната агенция „Национална сигурност“ – пост, който не заема, както и с неефективни решения в управлението на такива

публични сектори като финанси, енергетика, здравеопазване, сигурност и др.

На 6 август 2013 г. Министерският съвет създава постоянно действащ консултативен орган към него – *Съвет за децентрализация на държавното управление*, който трябва да ръководи и координира изпълнението на *Актуализираната Стратегия за децентрализация 2006-2015 г.* До края на 2013 г. промените в системата на администрацията на изпълнителната власт са: създадени нови структури 5, преобразувани 8. Промени в *Устройствените правилници* са направили **41,17%** от структурите на администрацията. Общата щатна численост на служителите 89 919. В *централната администрация* те са 57 037, а в *териториалната* 32 882. Щатът е увеличен само с 214 служители, предимно в *териториалната администрация*.<sup>34</sup>

През 2014 г. в Администрацията на Министерския съвет започна изпълнението на два проекта по Оперативна програма „Административен капацитет“ – проект „Интегрирана информационна система на държавната администрация – гаранция за прозрачност и ефективност“ и проект „Подобряването на управлението на човешките ресурси чрез усъвършенстване на Единната информационна система за управление на човешките ресурси – предпоставка за ефективна администрация“. Проектите стартират след приключването на **Първия програмнен период**.

*Сравнителният анализ на броя на структурите на администрацията на изпълнителната власт* показва, че **през седмата година на пълноправно членство на Република България в ЕС** не се променят съществено. Не се променя и модела на държавна служба. Промените са основно функционални и кадрови. Те засягат увеличаването на броя на *специализираните териториални администрации*.

---

<sup>34</sup> Бел. авт. Количествените данни са публикувани в Доклад за състоянието на администрацията през 2013 г. В щатните бройки на служителите не са включени служителите на МВР, което през 2013 г. има утвърдени 54 913 щатни бройки.

Вследствие на извършените *анализи* на стратегически документи и нормативни актове, чрез които са реализирани *политиките* на четирите правителства на Република България за развитието и усъвършенстването на администрацията на изпълнителната власт през седемгодишния **Първи програмен период на пълноправно членство в ЕС**, могат да се направят следните **обобщени изводи**:

❖ *Политиките* на редовните правителства на Сергей Станишев, Бойко Борисов(1) и Пламен Орешарски са основно структурни, функционални и кадрови, и засягат основно промени в *централната и териториалната администрации на изпълнителната власт*. Като резултат, в края на 2013 г. не се констатира съществена промяна в общия брой на структурите на администрацията на изпълнителната власт и в щатната численост на служителите в нея;

❖ Реализирането на *политиките* на редовните правителства за развитие на администрацията на изпълнителната власт в Република България е вследствие на усвояването на всички предвидени финансови средства по *двете оперативни програми* „Административен капацитет“ и „Техническа помощ“;

❖ *Политиките* на нито едно от редовните правителствата нямат за цел да променят системата на управление на изпълнителната власт в Република България и да въведат т. нар. „второ ниво на управление“, с което провеждането на **регионални реформи** се забавя;

❖ *Политиките* на редовните правителства, заложили в *Стратегиите за децентрализация* на практика не са довели до съществена реформа в териториалните органи за самоуправление и местната администрация, както и за изграждането на деконцентрирана администрация;

❖ Въведеният в **предприсъединителния период за членство на Република България в ЕС** унифициран модел на държавна служба през 1998 г. не е променян.

Посочените *обобщени изводи* доказват заявената *основна теза*, че през **Първия програмен период на пълноправно членство на Република България в ЕС** *политиките* на редовните български правителства са довели до *устойчиво развитие* на администрацията на изпълнителната власт, като системата ѝ по отношение нива на управление, структури и щатна численост на служителите **не се променя съществено**.

### Използвана литература

1. Арабаджийски, Н. Държавно и публично управление. Изд.НБУ. С., 2014 г.
2. Арабаджийски, Н. Организация на публичната администрация в Република България. Изд. НБУ. С., 2010 г.
3. Георгиев, Л. Регионална икономика. Изд. НБУ. С., 2009 г.
4. Георгиев, Л. Регионални и общински несъответствия. Изд. НБУ. 2012 г.
5. Гълъбинова, Юл. Европейските региони – формално изследване на номенклатурата или използване и възможностите за сближаване. Изд. НБУ. С., 2015 г.
6. Нормативни актове (Публикувани в Интернет сайт „Български правен портал“: <https://www.lex.bg>)
7. Стратегически документи и аналитични доклади (Публикувани в Интернет сайта на Министерски съвет на Република България „Портал за обществени консултации“: <http://www.strategy.bg>)

# ПРИНЦИПИ НА УСТОЙЧИВОТО ИНВЕСТИРАНЕ

*Огняна Стоичкова, Виржиния Желязкова  
Яким Китанов*

## PRINCIPLES OF SUSTAINABLE INVESTING

*Ognyana Stoichkova, Virginia Zhelyazkova  
Yakim Kitanov*

### Abstract

Sustainable development is unthinkable without the idea of sustainable investing. The current paper aims at briefing on the definition of sustainable investing, its specificities, as well as the seven main strategies used by investors to date in the field.

**Key words:** *sustainable investing, sustainable investing strategies, negative screening, sin stocks*

### Въведение

Управлението на активи в рамките на капиталовите пазари е важна област на финансовата дейност, която има съществено значение за успеха на усилията за постигане на устойчиво развитие. В условията на пазарна икономика, „ефективно използване на финансови ресурси се постига посредством финансовия пазар“ (Китанов, 2016). В настоящото изложение се акцентира върху някои явления, които се наблюдават на борсовите пазари. Обръща се специално внимание именно на тях, тъй като информацията от тези пазари, поради своята прозрачност и обем дава благодатна възможност за анализи. Освен това тенденциите, които се наблюдават при борсовата търговия на ценни книжа, до голяма степен отразяват процесите, протичащи както в чисто икономически, така също и в политически план.

## Същност на устойчивото инвестиране

През последните години ясно се откроява тенденция на засилен интерес от все повече на брой инвеститори към активите на дружества, които по един или по друг начин се определят, или пазарът ги определя, като най-общо казано „зелени“, т.е. като такива, чиито дейности подпомагат опазването на околната среда, включително борбата с климатичните промени и замърсяването, и следователно активно работят за дългосрочната устойчивост на бизнеса. Тъй като поради естеството на дейността си или поради наличието на целенасочени усилия в тази посока такива компании практически се проявяват като социално отговорни, инвестициите, които се правят в ценни книжа, емитирани от тях, са известни с термините „социално отговорни инвестиции“ (socially responsible investments, SRI) и „устойчиви и отговорни инвестиции“ (sustainable and responsible investments, SRI). Тъй като тези термини ще бъдат използвани в настоящото изложение, важно е да бъдат разяснени малко по-подробно. Действително в научната литература към момента се наблюдава хетерогенност спрямо тяхното дефиниране (Von Wallis, 2014). От една страна, като социално отговорни се определят инвестиции, които са ориентирани към една или друга социална кауза. Често този термин се използва като синоним на „етично инвестиране“ или „инвестиране, основаващо се на стойност“ („ориентирано към стойност инвестиране“) и обозначава „интегрирането на някои нефинансови съображения – етични, социални или екологични – в инвестиционния процес“ (Sandberg et al., 2009). Терминът също така се използва във връзка с корпоративната социална отговорност на дадена компания, в която се включва отчитането на социални и екологични принципи, и която, както стана дума, през последните години е обект на нарастващ интерес от страна на инвеститорите и често следвана практика (Kent et al., 2012).

Към момента в литературата има няколко добре установени типологии на социално отговорното или устойчивото и отговорно инвестиране. Типологизирането помага на инвеститорите и анализаторите да идентифицират желаните вид инвестиции, както и

да проследяват тенденциите, характерни за всеки от тях.

Дефинирането на прецизна типология на отговорните, устойчивите и отговорните, или социално отговорните инвестиции не е лесна задача. Първо, тези понятия са сравнително нови както за финансовата практика, така и за научната литература. Второ, те обхващат твърде много фактори и явления, които влияят върху финансовия резултат на компаниите емитенти на ценни книжа и това затруднява простото им дефиниране. Поради тези причини съществуват и няколко понятия (посочените по-горе), които в редица случаи се използват като синоними, докато в литературата се спори доколко удачно е това да се прави. Друга трудност произтича от сложността да се дефинира понятието „отговорна“ и „устойчива“ за дадена компания. В много случаи се сблъскваме с противоречия, произтичащи от самите особености на дейността на компаниите. Примерите в това отношение са многобройни. Например може ли да бъде определена като отговорна спрямо обществото (и следователно инвестирането в нейни ценни книжа да се счита за отговорно) компания, която, от една страна, произвежда висококачествени козметични продукти, използвайки екологични методи, без да добавя вредни съставки като консерванти, парабени и др., но за събирането на някои от суровините, необходими за производствения процес, се използва детски труд? И ако все пак тя бъде определена като отговорна, защото продуктите, които произвежда притежават определени качества, в коя категория отговорни компании следва да бъде поставена – отговорни към околната среда може би, но не и към обществото. В подобни случаи мениджърите, управляващи активи, следва да приложат собствената си логика и да преценят доколко е „устойчиво“ инвестирането в подобни компании. За тях е много важно да се определи доколко дадена компания е отговорна и в коя категория да бъде поставена, тъй като от това зависят очакванията на пазара за нейното представяне, а тези очаквания се отразяват в цените на ценните ѝ книжа.

Алтернативен подход представлява стремежът да се определи какво означава дадена компания да не е отговорна и устойчива и



въз основа на това, по метода на изключването да се стигне до извода кои компании могат да бъдат определени като такива. И при този подход обаче, както се отбелязва и в научната литература по въпроса, се прилага значима степен на субективизъм, поради липсата на ясно дефинирани критерии за категоризация на компаниите (Jan Trinks et al., 2015). Начинът, по който става определянето на устойчивите и отговорните инвестиции, не е чисто теоретичен въпрос. Той засяга възвращаемостта на портфейлите, при формирането на които се прилагат стратегии за отговорно инвестиране.

В практиката се прилагат две модификации на метода на изключването, за да се определи дали дадена компания е устойчива и отговорна – изключване в широкия смисъл и такова в тесен, конкретен смисъл. Първата модификация на метода предполага дефинирането на широк спектър от характеристики, които компаниите не трябва да притежават, за да бъдат категоризирани като устойчиви и отговорни. При втората модификация обикновено се стъпва на определението за т. нар. „греховни ценни книжа“ (sin stocks) (Renneboog et al. 2008). Греховните ценни книжа са такива, емитирани от компании, чиято дейност по своята същност е явно вредна за околната среда или за физическото или психическото здраве на хората. Определенията за греховни ценни книжа варират, но може би най-известните се свързват с т. нар. „триумвират на „алкохол, цигари и хазартна дейност, и с предложенията от Ahrens т. нар. „портфейл на четирите В“, който включва ценни книжа на компании от алкохолната, хазартната, оръжейната и порно индустрията (от ‘booze, bets, bombs, and butts’) (Ahrens 2004).

Друга малко по-разширена дефиниция на греховните ценни книжа предлагат Lobe и Walkshäusl. Според тях алкохолът, тютюнът, хазартът, оръжията и порнографията представляват т.нар. „секстет на греховете“ („Sextet of Sins“) (Lobe et al., 2011). С понятието медицински грях от друга страна се обозначават ценните книжа на компании, които извършват противоречиви от етична и здравословна гледна точка медицински дейности като аборти, тестове върху животни, производство и дистрибуция на

контрацептивни, генно инженерство, ембрионални стволови клетки и др. (Jan Trinks et al., 2015).

Една от най-широко използваните дефиниции на понятието устойчиво и отговорно инвестиране си остава тази на Eurosif: „Устойчиво и отговорно инвестиране включва всички стратегии, които даден инвеститор може да прилага, които отчитат екологичните, социалните и управленските аспекти и анализи“ (Eurosif. European SRI Study, 2014).

### **Организации, проследяващи стратегиите за устойчиво инвестиране**

Основните източници на регулярна информация за борсовите тенденции при социално отговорните инвестиции са Eurosif, Световният алианс на устойчивите инвестиции (Global Sustainable Investment Alliance (GISA), Принципите на отговорно инвестиране (Principles of Responsible Investment (PRI) и Европейската асоциация за фондове и управление на активи (European Fund and Asset Management Association (EFAMA). Всяка една от тези организации прави собствени анализи въз основа на данни от борсите и от различни проучвания на мнения на инвеститори за тенденциите в областта на социално отговорните инвестиции.

Eurosif е водещата асоциация Европа, чиято дейност е насочена към промотирането на устойчивото инвестиране, което включва и дейностите по лобиране за създаване на валидни за територията на Европа правила и регулации в тази област (Eurosif's website 2016). Тази асоциация също така се ангажира и с инициирането и поддържането на разнообразни дейности по сътрудничество между общностите, интересувани се от социално отговорни инвестиции в отделните страни в Европа. Eurosif практически обединява тези общности и работи за засилване на търсенето на устойчивото инвестиции, като за целта използва различни методи и средства – изготвяне на доклади с информация за тенденциите на този пазар, участие на членове на асоциацията като лектори на различни събития на инвестиционната общност на високо равнище и др. В Eurosif членуват Холандската асоциация на инвеститорите за устойчиво развитие, Германският, Австрийският, Лихтенщайнският

и Швейцарският форум за социални инвестиции, Испанският форум за социални инвестиции, Италианският форум за социални инвестиции, Френският форум за социални инвестиции, Британската асоциация за устойчиво инвестиране и финанси, Ирландската организация „Устойчива нация“ и други подобни форуми от различни държави.

Всяка една от тези организации действа активно на локално равнище, а усилията за установяване на трансгранични стандарти и лобиране пред европейските органи се осъществява от Eurosif.

Eurosif издава доклади, описващи тенденции на европейския пазар на устойчиви и отговорни инвестиции на всеки две години. Първият доклад излиза през 2003 г., следващият през 2006 г. и оттогава докладите се издават на посочената периодичност (SRI Study 2016).

Световният алианс на устойчивите инвестиции от своя страна обединява регионалните асоциации, които работят в тази област. Една от тези асоциации е Eurosif, а останалите са – Американският форум за устойчиви и отговорни инвестиции, действащ на територията на САЩ, Австралийската асоциация за отговорни инвестиции, Британската асоциация за устойчиво инвестиране и финанси и Холандската асоциация на инвеститорите за устойчиво развитие. Прави впечатление, че британската и холандската организации са членове както на европейския форум Eurosif, така и на световния алианс. Това се дължи на развитието на пазарите на устойчиви и отговорни инвестиции в тези държави, които изпреварват повечето останали страни и може да се каже, че задават тенденциите в тази област.

Световният алианс, както и Eurosif, издава доклад за тенденциите на пазарите на отговорни инвестиции на всеки две години, като в него се проследяват особеностите на тези тенденции на глобално равнище. Първият подобен доклад е издаден през 2012 г. (Alliance Members Resources 2016).

Принципите за отговорно инвестиране представляват глобална мрежа от инвеститори, чиято основна цел е промотирането на инвестирането в компании, които се стремят да проявяват отговорно отношение към обществото и околната среда в своите

дейности. Също така тази мрежа работи в посока подпомагане на инвеститорите да остойностят и разберат резултата върху инвестициите от интегрирането на екологичните, социалните и управленските фактори в дейността на компаниите. Тази мрежа освен това действа като лобист за повишаване на информираността за значимостта на устойчивото инвестиране за създаването на стойност от компаниите в дългосрочен план. Членовете на мрежата подкрепят шест основни принципа на инвестирането, които според тях водят до точно това. Мрежата е независима, въпреки че работи в тясно сътрудничество с ООН (About the PRI 2016).

EFAMA е асоциация, която обединява 26 браншови асоциации и 61 корпоративни членове. Към края на 2015 г. нейните членове управляват активи на стойност 21 млрд. евро (About EFAMA 2016). Тя е безспорно най-мощната европейска асоциация на фондове и дружества за управление на активи и действия, както и гореизброените подобни организации, като лобист пред европейските органи, защитавайки интересите на своите членове.

Важно е да се отбележи, че всяка от тези организации е изготвила собствена категоризация (типология) на видовете социално отговорни инвестиции, и в докладите си представя тенденциите, които се наблюдават за всяка отделна категория (тип).

Освен тези организации, някои други също провеждат изследвания на този конкретен пазар. В това отношение се открояват KPMG и Асоциацията на люксембургската фондова индустрия (Association of the Luxembourg Fund Industry) с изследванията си за европейския пазар, както и Фондацията „Форум за социални инвестиции“ (Social Investment Forum Foundation) в САЩ.

Дефинирането на прецизна типология на отговорните, устойчивите и отговорните, или социално отговорните инвестиции не е лесна задача. Първо, тези понятия са сравнително нови както за финансовата практика, така и за научната литература. Второ, те обхващат твърде много фактори и явления, които влияят върху финансовия резултат на компаниите емитенти на ценни книжа и това затруднява простото им дефиниране.

## Стратегии за устойчиво инвестиране

Може да се каже, че се открояват седем вида инвестиционни стратегии. И четирите организации –GSIA, Eurosif, EFAMA, PRI, ги дефинират по сходен начин. Тези седем стратегии, както са представени в последния доклад на GSIA от 2014 г., са следните:

1.Негативен скрининг или прилагане на метода на изключването. Този тип стратегия се откроява като най-често прилаганата към момент като лидер в това отношение безспорно е Европа. Прилагането ѝ се състои най-общо казано в отказ от закупуване на ценни книжа на компании, които не прилагат определени екологични, социални и управленски политики.

2.Интегриране на екологични, социални и управленски критерии в процеса на вземане на решение или само „интегриране“ дали да се инвестира в дадена компания или не. Тази стратегия е на второ място по разпространение и приложение към момента. Тя предполага самите инвеститори или мениджърите, които управляват инвестиционния процес да са възприели конкретни критерии и да ги прилагат активно като част от финансовия анализ за вземане на инвестиционно решение.

3.На трето място по приложение е стратегията, при която инвеститорите или мениджърите на активи се стремят да идентифицират компании, в които явно се наблюдава политика на даване на възможност на акционерите да упражняват влияние за поемане на ангажименти за прилагане на екологични, социални и конкретни управленски практики. Тази стратегия накратко е известна като „корпоративна ангажираност и активност на акционерите“ (Corporate engagement and shareholder action).

4.На следващо място се явява т. нар. позитивен скрийнинг (positive/best-in-class screening). При тази стратегия се избират компании, които, сравнени с конкурентите си, се отличават в прилагането на екологични, социални и конкретни управленски критерии.

5.Нормативен скрийнинг (Norms-based screening). При тази стратегия инвестирането става, след като се направи скрийнинг, или детайлно проучване, на възможните инвестиционни избори въз основа на минимални стандарти (норми) в практиката на бизнеса.

6.Инвестиране, тематично ориентирано към устойчивото

развитие (Sustainability-themed investing). Когато се прилага тази стратегия, се търсят компании и съответно видове ценни книжа, които тематично са ориентирани към устойчивото развитие по един или друг начин.

7. Последната стратегия, която представяме тук е инвестирането с цел постигане на значим ефект („инвестиране във въздействие“) посредством влягане на средства в различни активи или инициативи, чиято цел е преодоляването или подобряването на състоянието на даден екологичен или социален проблем (Impact/community investing). Тази стратегия отбелязва най-висок темп на растеж – 146 % в периода 2012-2014 г. (GSIA Global Sustainable Investment Review 2014).

Сходни на тази класификация са и класификациите, предлагани от Eurosif, PRI и EFAMA. Те са представени в сравнителен план в таблица 1 по-долу.

Таблица 1

### Сравнение между класификациите на инвестиционните стратегии

GSIA	Eurosif	PRI	EFAMA
Негативен скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии	Изключване	Негативен/изключващ скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии	Негативен скрийнинг или изключване
Интегриране на екологични, социални и управленски критерии	Интегриране на екологични, социални и управленски критерии	Интегриране на екологични, социални и управленски въпроси	-
Корпоративна ангажираност и активност на акционерите	Ангажираност и гласуване	Ангажираност (три вида)	Ангажираност (гласуване)
Нормативен скрийнинг	Нормативен скрийнинг	Нормативен скрийнинг	Нормативен скрийнинг
Позитивен скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии и избор на най-добрия	Избор на най-добрия	Позитивен скрийнинг по екологични, социални и управленски критерии и избор на най-добрия	Политика на най-добрия
Тематично ориентиране към устойчивото развитие	Тематично ориентиране към устойчивото развитие	Инвестиране, тематично ориентирано към екологични, социални и управленски въпроси	Тематично инвестиране
Инвестиране с цел ефект/ общности	Инвестиране с цел ефект	-	-

Източник: *European SRI Study, 2014. Eurosif. Available at: <http://www.eurosif.org/our-work/research/sri/european-sri-study-2014/>, [1.5.2016 г., с. 8.]*

Сравнението, представено в таблицата по-горе, показва, че водещите организации, които изследват пазара на устойчиви и отговорни инвестиции, използват сходни, почти идентични класификации на стратегиите, които инвеститорите прилагат, когато влагат средства с подобна насоченост. Прави впечатление, че PRI и EFAMA не разграничават отделна стратегия за инвестиране с цел ефект/общности и това вероятно се дължи на твърде малкия, въпреки силния ръст през последните години, обем на средствата, вложени по линия на тази стратегия. Другото различие е това, че EFAMA не отграничава отделна стратегия за интегриране на екологични, социални и управленски критерии в инвестиционния процес.

### **Заключение**

Както е видно от представените данни от GSIA и от направения анализ, през последните години се наблюдава засилен интерес от страна на инвестиционната общност към вложането на средства в ценни книжа на компании, които могат да бъдат определени като отговорни към околната среда и обществото. Тази тенденция е показателна за общите пазарни нагласи и резонира с политиките на водещите страни в света да работят активно в посока към реализиране на кръгова икономика. Без подкрепата на финансовите пазари това трудно би могло да се случи. Същевременно финансовите пазари са и един вид барометър на цялостните обществени и икономически нагласи и очаквания. Позитивната им реакция на предлагането на ценни книжа на фирми, които имат активно отношение към проблемите на околната среда е окуражаваща за всички икономически субекти, които работят в областта на трансформирането на икономическия модел към кръгов, тъй като това означава, че относително по-лесно биха могли да достъпят финансиране от пазарите. Самият факт, че към настоящия момент функционират няколко водещи международни организации като GSIA, Eurosif, EFAMA и други, обединяващи интересите на инвеститорите в такъв вид ценни книжа, говори много ясно за тенденциите на пазара. Явно вече има силен интерес да се

проследяват отделно от останалите инвестиции тези, които са направени при следване на гореописаните седем стратегии.

### Използвана литература

1. Китанов, Я. Основни на инвестиционния мениджмънт. София: Издателство на ВУЗФ, 2016.
2. About EFAMA> <http://www.efama.org/about/SitePages/Home.aspx>, достъпен на 23.09.2017 г.
3. Ahrens, D. (2004). Investing in vice: The recession-proof portfolio of booze, bets, bombs, and butts. New York: St. Martin's Press.
4. Alliance Members Resources, <http://www.gsi-alliance.org/latest-trends-report/>, достъпен на 21.09.2017 г.
5. Eurosif. European SRI Study, 2014. Available at: <http://www.eurosif.org/our-work/research/sri/european-sri-study-2014/>, retrieved 1 May, 2015
6. Eurosif. European SRI Study, 2014. Available at: <http://www.eurosif.org/our-work/research/sri/european-sri-study-2014/>, retrieved 1 May, 2017, p. 10.
7. Global Sustainable Investment Review 2014. GSIA. Available on [http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2015/02/GSIA\\_Review\\_download.pdf](http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2015/02/GSIA_Review_download.pdf), retrieved 28 June 2015
8. Jan Trinks, Pieter, and Scholtens, Bert. The Opportunity Cost of Negative Screening in Socially Responsible Investing. Journal of Business Ethics, 2015. Available at: <http://link.springer.com/article/10.1007/s10551-015-2684-3/fulltext.html>, retrieved 31.05.2015
9. Kent, B. H., Norsinger, J. R. Socially Responsible Finance and Investing: An Overview. CourierWestford, 2012
10. Lobe, S., & Walkshäusl, C. (2011). Vice versus virtue investing around the world. Unpublished working paper, University of Regensburg. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1089827>. Retrieved 6 June 2015.
11. Mission. Eurosif's website: <http://www.eurosif.org/about/mission/>.



Достъпен на 21.06.2016 г.

12. Renneboog, L., ter Horst, J., & Zhang, C. (2008). Socially responsible investments: Institutional aspects, performance, and investor behavior. *Journal of Banking & Finance*, 32(9), 1723–1742, Fabozzi, F. J., Ma, K. C., & Oliphant, B. J. (2008). Sin stock returns. *The Journal of Portfolio Management*, 35(1), 82–94, and MSCI (2013). Business involvement screening research. definitions and scope. [http://help.riskmetrics.com/Screening/Content/Methodology/Business\\_Involv\\_Meth.pdf](http://help.riskmetrics.com/Screening/Content/Methodology/Business_Involv_Meth.pdf), retrieved on 6 June 2015.
13. Sandberg, J., C. Juravle, T.M. Hedesström, and I. Hamilton. 2009. The heterogeneity of socially responsible investment. *Journal of Business Ethics* 87(4): 519–533.
14. SRI Study, <http://www.eurosif.org/our-work/research/sri/>, Достъпен на 21.09.2017 г.
15. Von Wallis, M., Klein, C. Ethical requirement and financial interest: a literature review on socially responsible investing. *Business Research* DOI 10.1007/s40685-014-0015-7, Springer, 2014
16. What is the PRI? <https://www.unpri.org/about>, достъпен на 21.09.2017 г.

# ФИСКАЛНИ ПРАВИЛА И УСТОЙЧИВОСТ НА ПУБЛИЧНИТЕ ФИНАНСИ НА БЪЛГАРИЯ – НОРМАТИВНИ АСПЕКТИ

*Людмил Найденов*

## FISCAL RULES AND SUSTAINABILITY OF BULGARIAN PUBLIC FINANCE - LEGISLATIVE ASPECTS

*Lyudmil Naydenov*

### **Abstract**

This paper explores the issues related to the theoretical foundations, numerical measures and advantages of the fiscal rules defined in the Bulgarian Public Finance Act. It specifies that the budgetary rules can be systematized into five groups – Structural budget deficit rules; Budget balance rules; Debt Rules; Expenditure rules; Revenue rules. The content of each set of rules is outlined and the dynamics of the budget balance, government debt, budget expenditures and revenues respectively is analyzed, drawing conclusions on the compliance of the actual numerical values with the reference numerical values. The paper summarizes that the rules analyzed guarantee the stability of fiscal policy and the sustainability of the medium-term budgetary framework.

**Key words:** *fiscal rules, government debt, budget balance, budget deficit.*

### **Въведение**

Държавният бюджет, като основно звено в структурата на консолидираната фискална програма, е съвкупност от финансови сметки за предоставяните и управляваните от държавата приходи и разходи за период от една година. Преразпределеният чрез основния финансов план на държавата доход, акумулиран основно чрез данъчно облагане на юридическите и физическите лица, е източник за финансиране на публични блага, за коригиране на определени пазарни дефекти, за стимулиране развитието на икономическата и социалната сфера и на тази основа – за поддържане устойчивостта на публичните финанси.

Основен нормативен документ, регламентиращ бюджетната

процедура в Р. България, е Законът за публичните финанси. Важно значение относно предвидимостта и стабилността на публичните финанси имат дефинираните в него фискални правила. Дисциплиниращата роля на фискалните правила определя тяхната актуалност и значимост и е предпоставка за справяне както със средносрочните, така и с дългосрочните и структурните проблеми. Отчитайки необходимостта от засилена координация между общоикономическите и бюджетните политики в България като обект на настоящата разработка се определят фискалните правила, заложи в националното законодателство. Предмет на разработката е динамиката на техните числови измерители<sup>1</sup>.

### Изложение

*Законът за публичните финанси* подчертава необходимостта от стратегическо управление на публичните ресурси и превръща средносрочната бюджетна рамка във важен инструмент за реално планиране и прогнозиране. Нарастващото значение на средносрочната бюджетна прогноза не омаловажава факта, че изготвянето на годишният закон за бюджета представлява най-важният етап от бюджетния процес. Това е закономерно като се има предвид, че фискалните мерки пораждаат последици за бюджета, далеч надхвърлящи едногодишния бюджетен цикъл. При това Законът за публичните финанси регламентира формирането и използването на публичните средства както на национално, така и на общинско равнище и на равнище социалноосигурителни фондове. Включването в бюджетните рамки на всички звена на държавните финанси осигурява както бюджетна дисциплина, така и устойчивост при формирането и използването на публичните ресурси. Дефинираните в Закона за публичните финанси на Р. България правила пряко корелират с наложената през последните две десетилетия тенденция за

---

<sup>1</sup> Извън обхвата на анализа остават въпросите, свързани с подробната аргументация на негативите, приложното поле и влиянието на фискалните правила върху базисни макроикономически параметри, както и проблемите, отнасящи се до представяне и сравнение на международната практика и др. Независимо от посоченото се извеждат някои базисни аргументи, подкрепящи въвеждането на фискални правила.

ограничаване на дискреционната фискална политика. Тук е мястото да се уточни, че по данни на МВФ през 1990 г. само пет държави са регламентирали ограничения върху правителствената финансова политика; броят им надвишава 90 към края на 2015 г. (IMF, 2017)<sup>2</sup>. В повечето страни въвеждането на фискални правила е пряко следствие от дългова, банкова или финансова криза и се обосновава с необходимостта от подобряване на кредитната репутация и повишаване на бюджетната дисциплина (Elbadawi, K. Schmidt-Hebbel and R. Soto, 2015; Schmidt-Hebbel, K., R. Soto 2017)<sup>3</sup>. Конкретно в България изрични фискални правила, обединени в т.н. „Пакт за финансова стабилност” са приети през 2011 г. с цел да се осигури приемственост в бюджетната политика и да се гарантира дългосрочна устойчивост на публичните финанси. Фискалните правила са нормативно закрепени и в приетия през 2013 г. Закон за публичните финанси. Изрично следва да се подчертае, че въвеждането на цитираните правила е мотивирано от политическа воля да се осигури дългосрочна финансова стабилност и от необходимостта да се приведе националното законодателство в съответствие с правото на ЕС, а не под натиска на дългова или банкова криза<sup>4</sup>.

В съответствие с методиката на МВФ (IMF. 2017) фискалните

---

<sup>2</sup> За информация относно практиката в ЕС вж. [https://ec.europa.eu/info/publications/fiscal-rules-database\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/fiscal-rules-database_en)

<sup>3</sup> Разбира се, фискалните правила не са панацея. Вж. Reuter, W. (2017).

<sup>4</sup> Така например в мотивите на МФ към проекта на Закона за публичните финанси ([https://www.minfin.bg/upload/11124/Motives\\_Final-20-08+.pdf](https://www.minfin.bg/upload/11124/Motives_Final-20-08+.pdf)) се уточнява, че фискалните правила „са сериозна крачка в посока прилагане на европейските изисквания за засилване и укрепване на икономическото управление и за засилена координация на икономическите, фискални и бюджетни политики на държавите-членки, преди приемането в края на 2011 г. на пакета от шест законодателни акта (пет регламента и една директива) за засилване на икономическото управление в ЕС. Така страната ни потвърди виждането си, че истинска култура на бюджетно управление може да бъде постигната само ако стриктни правила, ориентирани към спазването на фискалните критерии от Маастрихт, залегнат в националното законодателство и конституциите на държавите-членки. По този начин парламентите ще бъдат естествени гаранتي за тяхното съблюдаване и така дисциплинариращият ефект ще е много по-силен”.

правила, отнасящи се до бюджетната политика на централното правителство и местните власти могат да се групират в следните посоки:

- Правила за бюджетното салдо;
- Правила за дълга;
- Правила за разходите;
- Правила за приходите.

Горната класификация относително точно отразява и българската практика<sup>5</sup>. Независимо от посоченото, запознаването със съдържанието на Закона за публичните финанси дава основание бюджетните правила в нашата страна, освен в посочените четири групи, да бъдат систематизирани в още една – Правила за структурния бюджетен дефицит.

В съответствие с националното законодателство<sup>6</sup> *структурният бюджетен дефицит* на сектор „Държавно управление“ в средносрочен период не следва да надвишава 0,5% от БВП на страната. Анализираното бюджетно правило обаче няма императивен характер, тъй като при определени обстоятелства се допуска структурният бюджетен дефицит да надхвърля посочения числов израз. Превишението не може да надхвърля 1% от БВП и то при условие, че размерът на консолидирания държавен дълг е под 40% от БВП. Следователно обвързването на относителното тегло на структурния дефицит с относителния дял на консолидирания дълг на сектор „Държавно управление“ спрямо БВП осигурява дългосрочна стабилност на публичните финанси. При това средносрочната бюджетна прогноза за структурния дефицит на годишна основа се актуализира на всеки три години. Анализираната законодателна регламентация следва да се оцени позитивно, предвид обстоятелството, че „фискалните правила нямат значение

---

<sup>5</sup> Поради тази причина К. Стойков свежда правилата, дефиниращи бюджетната практика на нашата страна именно до посочените от МВФ четири групи. Вж. (Стойков К., 2012)

<sup>6</sup> Съдържанието на бюджетните правила в следващия текст се извежда на основата на Закона за публичните финанси на Р. България (<http://www.minfin.bg/bg/4>), глава втора – Фискални правила.

ако бюджетният хоризонт е лимитиран до една година... без да се отчитат дългосрочните влияния на бюджетните решения” (Schick, A. 2003, p.9).

*Втората група правила* са свързани с параметрите на бюджетното салдо както по консолидирания, така и по държавния бюджет. Гаранция за дългосрочната устойчивост на публичните финанси е салдото на сектор „Държавно управление” да бъде равно или по-голямо от нула. Дефицитът на сектор „Държавно управление” на годишна основа не следва да надвишава 3% от БВП. Бюджетният дефицит по консолидираната фискална програма, изчислен на касова основа, не трябва да бъде по-висок от 2% спрямо БВП. Годишен бюджетен дефицит по-висок от 2% се допуска само при извънредни обстоятелства и при условие, че дефицитът на сектор „Държавно управление” е в границите на 3% от БВП. Обективно следва да се признае, че макар да съдействат за повишаване устойчивостта на публичните финанси и за съкращаване на фискалните дефицити (Heinemann, F., M. Moessinger and M. Yeter. 2016), цитираните законодателни изисквания не гарантират интергенерационна (междупоколенческа) справедливост. Всъщност ежегодното балансиране на бюджетните приходи и разходи не гарантира равенство между платените от всяко поколение данъци и получаваните от всяко поколение ползи от потреблението на публични блага (Chote, R., C. Emmerson and G. Tetlow. 2008).

От гледна точка на националната практика интерес представляват данните<sup>7</sup> за бюджетното салдо по Консолидираната фискална програма (КФП) и по държавния бюджет през последните пет години (2012 – 2016 г.) През 2014 г. и 2015 г. бюджетният дефицит по КФП възлиза съответно на 3 072,9 млн. лв. и 2 485,3 млн. лв. и представлява 3,6% от БВП през 2014 г. и 2,9% от БВП през 2015 г. Следователно и за двете финансови години бюджетният дефицит по КФП е по-висок от 2%. През 2012 г. и 2013 г. обаче отрицателната разлика между приходите и разходите по КФП е в границите на референтната стойност от 2% - съответно 0,4% от БВП и 1,7% от БВП. Бюджетният дефицит по Държавния

---

<sup>7</sup> Източници на данните в разработката са: МФ и НСИ.

бюджет за анализирания период също е в границите на референтната стойност от 3% спрямо БВП - 2,8% през 2014 г. и 2,1% през 2015 г. (В абсолютна сума бюджетният дефицит по Държавния бюджет е съответно 2 568,3 млн. лв. през 2014 г. и 2 024,4 млн. лв. през 2015 г.). През 2016 г. КФП приключва с положително бюджетно салдо – излишък в размер на 1 472,6 млн. лв., което представлява 1,6% от БВП. Превишение на приходите над разходите по КФП се отчита за първи път от 2008 г. В същото време Държавният бюджет приключва с дефицит в размер на 1 086,1 млн. лв.

*Следващата група фискални правила са свързани с държавния дълг. Известно е, че редица развиващи се държави, с цел да стимулират икономическото си развитие и да достигнат показателите на вече развити страни, увеличават дълга си и често изпадат в състояние на дефолт поради свръхзадлъжнялост. В подобна ситуация фискалните правила са потенциално полезни (Alfaro, L., F. Kanczuk. 2016). Изрично дефинирана референтна стойност на дълга спомага за формиране на позитивни очаквания и за избягване загубата на доверие във фискалната политика на правителствата (Woods, R. 2004).*

Основното изискване по отношение на заемното финансиране на публичните разходи в нашата страна е номиналният размер на консолидирания дълг на сектор „Държавно управление“ към края на съответната година да не надвишава 60% от БВП. При отклонение от посоченото правило в негативна посока в средносрочната бюджетна прогноза и в Закона за държавния бюджет се предвиждат мерки за ежегодното намаляване на дълга. Темповете на намаление не могат да бъдат по-ниски от 5% от изчисленото превишение и се прилагат до тогава, докато съотношението консолидиран дълг/БВП не се установи в границите от или под 60%. Със Закона за държавния бюджет за всяка година се определят и: максималният размер на поемането на нов дълг; новите държавни гаранции по Закона за държавния дълг и по другите закони; размерът на държавния дълг към 31.12 на съответната година.

Анализът на данните за държавния дълг на нашата страна и за съотношението Държавен дълг/БВП показва, че фискалното правило, имащо отношение към дълговата тежест, се спазва. Към 31.12.2015 г. общата величина на държавния дълг на България възлиза на 22 714, 1 млн. лв. и представлява 26,3% от БВП. През 2013 г. и 2014 г. сумата на държавния дълг е съответно 14 118,5 млн. лв. и 22 102,3 млн. лв., а съотношението на анализираната сума спрямо БВП нараства от 17,2% през 2013 г. на 26,4% през 2014 г. Към 31.12.2016 г. съотношението Държавен дълг/БВП е 29,4%. Следователно като абсолютна сума и в относителен дял спрямо БВП дългът нараства най-много през 2014 г., като спрямо 2013 г. увеличението в абсолютна сума през 2014 г. е 7 983,8 млн. лв., което представлява 9,2% от БВП. Значително е увеличението на държавния дълг през 2016 г. в сравнение с 2015. Независимо от това обаче, България спазва фискалното правило, изискващо номиналният размер на консолидирания дълг на сектор „Държавно управление“ към края на съответната година да не надвишава 60% от БВП. Доказателство за категоричността на направения извод е обстоятелството, че социалноосигурителните фондове по принцип не могат да поемат държавен дълг, а относителният дял на общинския дълг в общата величина на консолидирания държавен дълг е минимален. Така например през 2013 г. съотношението дълг на подсектор „Местно държавно управление“/БВП е 1,1%. През 2014 г. и 2015 г. това съотношение е съответно 1,2% и 1,4%.

От несъмнена важност е и анализът на съотношението на консолидирания държавен дълг (брутния държавен дълг), включващ дълга на сектор „Държавно управление“, към БВП в страните-членки на ЕС. Веднага следва да се отбележи, че в сравнение с останалите страни-членки на ЕС, в България стойността на анализирания съотношение е една от най-ниските. Така например през 2015 г. относителният дял на брутния държавен дълг спрямо БВП за ЕС е 85,2%, а за България – 26,7%. Стойността на съотношението консолидиран държавен дълг/БВП средно за страните от ЕС е най-ниска през 2007 г. – 57,8%, а за България през 2008 г. – 13%.



Фискалното правило, изискващо номиналният размер на консолидирания дълг на сектор „Държавно управление“ към края на съответната година да не надвишава 60% от БВП не се спазва в много страни-членки. Така например през 2015 г. съотношението брутен държавен дълг/БВП е най-високо в Гърция – 176,9%. Висок е относителният дял на brutния държавен дълг спрямо БВП и в Португалия, Кипър, Испания и Ирландия. Под референтната стойност от 60% е дългът в Естония и Люксембург.

Средносрочната цел по отношение изчисленото на касова основа бюджетно салдо на общинските бюджети изисква това салдо да бъде равно или по-голямо от нула, т.е. целта е балансиран общински бюджет. При наличието на общински дълг годишните плащания се обвързват със средногодишния размер на сумата от собствените приходи и общата изравнителна субсидия за последните три години (плащанията по общинския дълг за една година не могат да бъдат по-големи от 15% от средногодишната сума на собствените приходи и изравнителната субсидия). Годишният размер на анализирания плащания включва както главницата и лихвите по дълга, така и таксите, комисионните и евентуалните други плащания по поетия дълг. Със сумата на общинските приходи и общата изравнителна субсидия се обвързват и издадените през бюджетната година гаранции (номиналът на издадените общински гаранции не може да бъде по-висок от 5% от величината на приходите, увеличена с общата изравнителна субсидия). За авансово финансиране на плащания по финансирани със средства от ЕС проекти, в Закона за държавния бюджет за съответната финансова година, може да се определи по-висок размер на максималната абсолютна сума на общинския дълг.

Анализът на външното и вътрешното финансиране по бюджетите на общините показва, че през последните години то е динамична величина. Така например през 2015 г. външното финансиране е в размер на 29,2 млн. лв. През същата година вътрешното финансиране по бюджетите на общините е в размер на 206,4 млн. лв., вкл. операциите с общински ценни книжа. През 2014 г. усвоените външни заеми са в размер на 102,4 млн. лв., а нетният

размер на вътрешното финансиране е с отрицателен знак (- 196,3 млн. лв.). През 2013 г. анализираният показател са съответно 16,3 млн. лв. усвоени външни заеми и отрицателен (- 69,3) млн. лв. нетен размер на вътрешното финансиране на общините. Анализираният данни дават основание да се заключи, че плащанията по дълга на общините за една година не са по-големи от 15% от средногодишната сума на собствените приходи и изравнителната субсидия за последните три години.

Съгласно Закона за публичните финанси социалноосигурителните фондове не могат да поемат дълг и да издават гаранции, с изключение на изрично регламентирани в закона случаи. Подобни ограничителни условия са заложили и за държавните висши училища, Българската академия на науките, Българската национална телевизия, Българското национално радио и Българската телеграфна агенция.

Важно значение от гледна точка на стабилността на публичните финанси имат *свързаните с разходите на сектор „Държавно управление“ правила*. Устойчивостта на публичните финанси се гарантира от изискването годишният ръст на разходите да не надвишава референтния растеж на БВП<sup>8</sup>. По-висок ръст на разходите спрямо темпа на увеличение на потенциалния БВП за съответната година се допуска само при условие, че са набелязани мерки, водещи до увеличаване на бюджетните приходи. При това бюджетните приходи следва да се увеличават трайно, т.е. да нямат еднократен характер. Връзката между публичните приходи и разходи е двустранна, което означава, че намаляването на приходите води до намаляване на бюджетните разходи.

Средният темп на нарастване на свързаните с подсектор „Местно държавно управление“ разходи за прогнозирания средносрочен период се обвързва със средния темп на нарастване на фактическите разходи за последните четири години. Закономерно по-висок темп на нарастване на разходите по местните бюджети се

---

<sup>8</sup> Ползите и негативите на фискалните правила относно публичните разходи се дискутират в нарочна публикация на МВФ. Вж. (IMF. 2014).

допуска единствено при набелязани мерки за трайно нарастване на собствените приходи. Мерки, свързани с трайно намаляване на приходите по общинските бюджети, водят до трайно намаляване на общинските разходи.

В Закона за публичните финанси е регламентирано и правило, съгласно което максималният размер на разходите по консолидираната фискална програма не може да превишава 40% от БВП. Анализът на разходите по КФП показва, че за периода 2012 – 2016 г. техният относителен дял спрямо БВП се движи в границите от 35,9% през 2012 г. до 40,2% през 2015 г. В абсолютна сума динамиката на анализирания бюджетен показател е както следва: 27 828,3 млн. лв. през 2012 г., 30 417,9 млн. лв. през 2013 г., 32 482,0 млн. лв. през 2014 г. и 34 684,8 млн. лв. през 2015 г. Следователно през 2015 г. изискването максималният размер на разходите по КФП да не превишава 40% от БВП не е спазено.

Важно значение има и съпоставката на годишния темп на изменение на държавните разходи по КФП с годишния темп на изменение на БВП. Анализът на данните за динамиката на годишна база на двата темпа на изменение съответно на номиналните разходи и на абсолютната сума на БВП дава основание да се направят няколко по-важни изводи. На първо място, номиналният темп на годишното изменение на БВП за периода 2012 – 2016 г. се движи в границите от 0,15% през 2013 г. в сравнение с 2012 г. до 5,9% през 2015 г. в сравнение с 2014 г. Реалният темп на изменение на БВП на годишна база е по-нисък от номиналния. Второ, номиналният темп на годишното изменение на държавните разходи по КФП за анализирания период се движи в границите от 6,7% през 2014 г. в сравнение с 2013 г. до 9,3% през 2013 г. в сравнение с 2012 г. Налага се заключението, че темпът на изменение на абсолютната сума на държавните разходи изпреварва темпа на изменение на БВП.

Анализът на приходите по КФП показва, че за периода 2012 – 2016 г. техният относителен дял спрямо БВП се движи в границите от 35,4% през 2012 г. до 37,3% през 2015 г. За целия изследван период, с изключение на 2015 г. и 2016 г., изпълнението на приходите спрямо планираните в Закона за държавния бюджет на Р.

България е под 100%.

Основното *фискално правило, свързано с бюджетните приходи* и регламентирано в чл. 26, ал 4 от Закона за публичните финанси, намира израз в обстоятелството, че изпълнението на приходите за текущата година не може да бъде източник за извършване на допълнителни разходи. Важността на това правило се омаловажава от две обстоятелства. От една страна, то не се отнася за бюджетите на Народното събрание, на общините, на съдебната власт, за бюджетите на държавните висши училища, БАН, БНТ, БНР, БТА и за тези бюджетни структури, съставляващи делегирани бюджети. На второ място, чл. 26, ал 8 от Закона за публичните финанси регламентира: „За сметка на изпълнение на данъчните приходи по държавния бюджет Народното събрание по предложение на министерския съвет може да одобрява допълнителни разходи и трансфери по държавния бюджет при спазване на фискалните правила по този закон” (Закон за публичните финанси, чл. 26, ал. 8). От една страна изпълнението на приходите не може да бъде източник за извършване на допълнителни разходи, а от друга - изпълнението на данъчните приходи може да бъде предпоставка за допълнителни разходи и трансфери. Противоречието има важни последствия, свързани с обективността при планирането на бюджетните приходи, като се има предвид, че данъчните приходи са основен елемент в структурата на бюджетните приходи.

### **Заключение**

Съдържанието и числовите измерители на фискалните правила са регламентираны в Закона за публичните финанси. Дисциплиниращата им роля гарантира устойчивостта на публичните финанси като цяло и на фискалната политика в частност в пет основни направления – по отношение на структурния бюджетен дефицит, на бюджетното салдо, на държавния дълг, както и по отношение на публичните разходи и бюджетните приходи.

## Използвана литература

1. Закон за публичните финанси, обн. ДВ. Бр. 15 от 15 февруари 2013 г.
2. Стойков, К. (2012). Фискални правила: преглед на литературата, приложение и препоръки за България. ИПИ.
3. Alfaro, L. and F. Kanczuk. (2016). Fiscal Rules and Sovereign Default, Harvard Business School Working Paper 16-134.
4. Chote, R., C. Emmerson and G. Tetlow. (2008). The fiscal rules and policy framework, in R. Chote, C. Emmerson, D. Miles and J. Shaw (eds), The IFS Green Budget: January 2008, (<http://www.ifs.org.uk/budgets/gb2008/08chap3.pdf>).
5. Elbadawi, K. Schmidt-Hebbel and R. Soto. (2015). Why Do Countries Have Fiscal Rules?, *Economía Chilena*, 18 (3): 28-61, 2015.
6. Heinemann, F., M. Moessinger and M. Yeter. (2016). Do fiscal rules constrain fiscal policy? a meta-regression-analysis, ZEW Discussion Paper, 16-027.
7. IMF. (2014). Public Expenditure Reform: Making Difficult Choices; IMF Fiscal Monitor, (<http://www.imf.org/en/Publications/FM/Issues/2016/12/31/Public-Expenditure-Reform-Making-Difficult-Choices>).
8. IMF. (2017). Fiscal Rules at a Glance. (<http://www.imf.org/external/datamapper/fiscalrules/Fiscal%20Rules%20at%20a%20Glance%20-%20Background%20Paper.pdf>).
9. Reuter, W. (2017). When and why do countries break their national fiscal rules?, German Council of Economic Experts, Working Paper 01/2017.
10. Schick, A. (2003). The Role of Fiscal Rules in Budgeting, *OECD Journal on Budgeting*, Vol. 3, №3.
11. Schmidt-Hebbel, K., R. Soto. (2017). Fiscal Rules in the World, in L. Ódor (ed.): *Rethinking Fiscal Policy After the Crisis*, Cambridge University Press.
12. Woods, R. (2004). The role of public debt in the UK fiscal rules, paper presented at the 6th Banca d'Italia Public Finance Workshop, ([http://www.bancaditalia.it/studiricerche/convegni/atti/publ\\_debt/session2/333-366\\_woods.pdf](http://www.bancaditalia.it/studiricerche/convegni/atti/publ_debt/session2/333-366_woods.pdf)).

# АДАПТИРАНЕТО КЪМ КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ ВЪВ ФОКУСА НА ПОЛИТИКАТА ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

*Елка Василева, Георги Николов*

## ADAPTING TO CLIMATE CHANGE IN THE FOCUS OF REGIONAL DEVELOPMENT POLICY

*Elka Vasileva, Georgi Nikolov*

### Abstract

Adaptation to the effects of climate change is a complex and integrated process in which regional and local authorities are entrusted with tasks important for the preservation of people's health and lives. The report presents the impact mechanisms at the regional level and analyzes the midterm results from the implementation of climate change targets and priorities in the regional development plans of the level 2 regions in Bulgaria for the period 2014-2020.

**Key words:** *regional development policy, climate change, regional development plans, monitoring and evaluation .*

Понятието „климатични промени” („изменение на климата”) се наложи като термин, с който се описват значителни и дълготрайни промени в традиционните климатични условия на Земята в определени територии и региони за периоди, обхващащи от десетилетия до милиони години.

Адаптирането към климатичните промени се идентифицира като „предприемане на действия за укрепване на устойчивостта на обществото спрямо изменението на климата и свеждане до минимум на негативните последици от него” (Действия в областта на климата. Политиките на ЕС, 2014).

С понятието "климатична система" определяме съвкупността от атмосферата, хидросферата, биосферата и геосферата и тяхното взаимодействие (Рамкова конвенция на Обединените нации по изменение на климата, 1992).

"Изменение на климата" е изменение на климата, пряко или непряко свързано с човешка дейност, което променя състава на глобалната атмосфера и което се явява в допълнение към естественото вариране на климата, наблюдавано за сравними периоди от време (Закон за ограничаване изменението на климата, 2014).

"Неблагоприятни последици от изменение на климата" са промените във физическата среда или флората и фауната в резултат от изменението на климата, които имат значителни вредни въздействия върху състава, устойчивостта или продуктивността на естествените и на управляваните екосистеми или върху функционирането на социално-икономическите системи, или върху човешкото здраве и благосъстояние (Закон за ограничаване изменението на климата, 2014).

Изменението на климата е едно от най-сложните предизвикателства, пред което се изправят управляващите днес, действащо отвъд административните граници и изискващо многостепенно ниво на международно сътрудничество за най-доброто използване на технологиите, натрупания опит и наличните средства. През последните няколко десетилетия са проведени много срещи и са приети множество документи и международни споразумения, свързани с климатичните промени, като Рамковата конвенция на Обединените нации по изменение на климата (РКООНИК), Докладът на междуправителствената експертна група по изменение на климата (2007), Конференциите в Бали (2007) и в Копенхаген (2009), срещата на върха за правата на Майката Земя в Кочабамба (2010), 20-та годишна среща на върха по РКООНИК в Перу (2014), Международната конференция за климата в Париж (2015) и др.

Общото между тях е, че на регионалните и местните власти се отрежда важна роля в подпомагането на националните правителства за постигане целите за намаляване на парниковите емисии и за смекчаване на антропогенните причини за изменението на климата. На практика, управляващите често са принудени да се подготвят за въздействията на климатичните промени и да използват по най-

добрия начин инструментите, стимулите и насоките, които се очаква да са предвидени в техните стратегически документи за развитие, а на международно ниво, държавните организации действат като представители на местните власти в разработването и изпълнението на тези стратегически документи за развитие, както и на специфични стратегии за адаптиране към климатичните изменения.

### **Политиката на Европейския съюз**

Бялата книга "Адаптиране към изменението на климата: към Европейска рамка за действие" на Европейската комисия (2009) определя рамката за намаляване на уязвимостта на ЕС към въздействията на измененията в климата. Този документ служи като отговор на необходимостта от изграждане на координиран стратегически подход към климатичните промени. Разликата в ефектите и в степента на климатични изменения от един регион до друг, показва, че повечето мерки за адаптация трябва да бъдат приети на национално, регионално или местно ниво. Освен това, те трябва да бъдат подкрепени от общата рамка на интегрирани и координирани действия на международно ниво. Стратегията, която се насърчава от Бялата книга за ЕК, се основава на координацията на регионалните мерки за адаптиране към изменението на климата, които са приети в различни сектори на обществото и между държавите-членки. Целта на рамковата стратегия на ЕС за адаптация е да се увеличи устойчивостта на ЕС към въздействията от изменението на климата.

### **Регионални приоритети за адаптиране към изменението на климата**

Следвайки международните насоки и националните изисквания, някои регионални власти в ЕС са предприели инициатива за действие, така че да решават въпросите за адаптиране към променящия се климат. Иновативните действия обаче са нещо повече от координиране на проекти, разпространение на резултати и формиране на съюзи. Те се осъществяват чрез градовете и местните власти така, че държавите-членки да могат да



постигнат своите национални цели за адаптиране и смекчаване. Поради тази причина, местните и регионалните власти трябва да реализират пълния си потенциал при адаптиране към промяната на климатичните условия и да приемат иновативни техники, които са разработени чрез кратки изследвания на въздействието на изменението на климата и са съобразени с техния собствен капацитет за адаптация.

### **Стратегии за адаптиране към изменението на климата**

Адаптирането към изменението на климата може да бъде насочено или към намаляване на потенциалните въздействия на последиците от климатичните промени върху природните и човешките системи и общата уязвимост, или към увеличаване на способността им за адаптация. По отношение на политиките, свързани с изменението на климата, има различни видове адаптация: изпреварваща, автономна, както и планирана адаптация. Изпреварваща адаптация се извършва още преди последиците от климатичните промени да бъдат забелязани, докато автономната адаптация не представлява съзнателен отговор на климатичните стимули, но е предизвикана от екологични промени в природните системи, както и от промени на пазара или в благосъстоянието на човешките системи. За разлика от първите два подхода, планираната адаптация е резултат на съзнателно политическо решение, основано на повишаване на осведомеността за това, че условията са се променили или са на път да се променят и че са необходими действия, за да се възстанови, поддържа, или постигне желаното състояние.

### **Възможни мерки и действия**

В рамките на съществуващите институции е необходима значителна трансформационна и културна промяна. Мерките, с които се стреми да се намали или обезсили отрицателното въздействие, зависят от степента на промяна на техните функции. За да се осигури широка адаптация към промените в климата, извън капацитета, който регионалните и местни власти имат, е задължително да се подчертае повишеният адаптивен потенциал на

други ключови участници: централната власт, местната администрация, частния бизнес и неправителствените организации, както и широката общественост.

Държавната политика по ограничаване изменението на климата в България се интегрира в съответните секторни и интегрирани политики в областта на транспорта, енергетиката, строителството, селското и горското стопанство, туризма, промишлеността, регионалното развитие, здравеопазването и опазването на културното наследство, образование и наука, финанси и управление на европейски средства, труд и социална политика, отбрана, вътрешни и външни работи.

**Законът за ограничаване изменението на климата** (ДВ, бр.22/11.03.2014) регламентира провеждането на държавната политика по ограничаване изменението на климата, в т.ч. прилагането на механизмите за изпълнение на задълженията на Република България по Рамковата конвенция на Обединените нации по изменение на климата и Протокола от Киото към Рамковата конвенция на Обединените нации по изменение на климата, прилагането на Европейската схема за търговия с емисии, администрирането на Националния регистър за търговия с квоти за емисии на парникови газове, мерките за намаляване емисиите на парниковите газове от използваните течни горива и енергия за транспорта и др. Законът има за цел чрез предприемането на национални мерки и въвеждането на европейски и международни механизми да гарантира намаляване на емисиите на парникови газове като основен елемент в политиката по ограничаване изменението на климата и да осигури дългосрочното планиране на мерките за адаптация към климатичните промени.

### **Насоки за адаптиране на регионите към въздействието на климатичните промени**

Анализът на стратегическите документи за регионално и местно развитие в България и по-конкретно, регионалните планове за развитие на районите от ниво 2 за периода 2014-2020 г., извежда на преден план няколко основни приоритета, свързани с опазването на околната среда и адаптирането към последиците от

климатичните промени на регионално и местно ниво, които могат да се обобщят по следния начин:

- **Спиране загубата на биологично разнообразие** - през последните десетилетия се наблюдава масово и ускорено изчезване на видове, екосистеми и природни местообитания, което до голяма степен е свързано с човешката дейност. Загубата на биологично разнообразие се дължи на урбанизацията и унищожаването на природни местообитания, замърсяването, климатичните промени и др. Загубата на биоразнообразието и свързаните с него екосистемни функции/услуги влошава качеството на живот и застрашава бъдещето ни. Процесът може да бъде спряен чрез планиране и реализиране на целенасочени мерки за устойчиво управление на защитени територии (мрежата Natura 2000), възстановяване на увредени местообитания или екосистеми и свързаните с тях услуги, намаляване разпокъсаността на местообитанията и възстановяване на екокоридори, намаляване на замърсяването, опазване на конкретни видове и др.;

- **Адаптиране към промените в климата и ефективно използване на ресурсите** - водеща цел на Стратегията „Европа 2020“ е постигане на целите „20/20/20“ по отношение на климата/енергията: емисиите на въглероден диоксид трябва да намалееят поне с 20%, в сравнение с нивата от 90-те години или с 30%, при наличието на подходящи условия; делът на възобновяемите енергийни източници в крайното ни енергийно потребление трябва да нарасне до 20%, а енергийната ни ефективност - с 20%. Регионите играят много важна роля в прехода към нисковъглеродна икономика. Чрез взаимната отговорност за различни елементи на нашата околна среда, като обществени сгради, социални жилища, обществен транспорт, териториално планиране и защита на селските райони, регионите могат да допринесат за намаляване на емисиите на парникови газове и за адаптация към неблагоприятните ефекти от изменението на климата;

- **Борба с ерозията и опустиняването** - ерозионната дейност е един от най-неблагоприятните природни процеси, водещи до деградация на почвите и опустиняване. Процесът на

ерозия е свързан с комплекс от природни фактори и антропогенното въздействие (урбанизация, интензивно селско стопанство и обезлесяване), който е обратим и може да бъде регулиран посредством прилагането на адекватни политики и мерки за устойчиво управление на земите;

- **Подобряване качеството на живот** - опазването на околната среда е пряко свързано с повишаване качеството на живот за хората. Това може да бъде постигнато чрез инициативи за намаляване на замърсяването на околната среда (атмосфера, води и почви) от индустриалната дейност, транспорта и бита; въвеждането на зелени технологии, подобряване управлението на отпадъците, и отпадните води, рационализиране консумацията на питейните води, повишаване на ефективността на използване на ресурсите.

Очертаването на устойчив и щадящ околната среда растеж на регионално ниво е в ръцете на регионалните и местни власти, които са призовани не само да предоставят точна информация и да определят приоритети, но също и да прилагат иновативни дейности, да координират своите действия с широк кръг партньори и заинтересовани страни, включително и чрез трансгранично сътрудничество.

В следващите таблици е представена систематизирана информация за изпълнението на приоритети и специфични цели, свързани с адаптирането на регионите към климатичните промени в периода 2014-2020 г., на основата на годишните доклади за наблюдение на изпълнението на регионалните планове за развитие в районите от ниво 2 (2014-2020) за 2015 г. и 2016 г. (Министерство на регионалното развитие и благоустройството, Регионално развитие/Наблюдение и оценка).

*Таблица 1*

### Северозападен район

Цели и приоритети	Постигнати резултати/изпълнени проекти
ПРИОРИТЕТ 3.3: Опазване на околната среда и	• Област Видин - Противопожарна кула за ранно откриване на горски пожари в землището на с. Горни Лом, общ. Чупрене;

<p>биоразнообразието</p> <p>✓ Брой изградени системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, активиране на свлачищни райони</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Област Враца – Национална система за ранно предупреждение и оповестяване при бедствия;</li> <li>• Област Ловеч - 1бр. система (DAKS) за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, активиране на свлачищни райони;</li> <li>• Област Монтана - Система за ранно предупреждение и оповестяване (187 сирени);</li> <li>• Област Плевен - Мрежа от автоматични станции за количествен мониторинг на повърхностните води и валежи на Националния институт по метеорология и хидрология - филиал Плевен</li> </ul>
--	---

Таблица 2

### Северен централен район

Цели и приоритети	Постигнати резултати/изпълнени проекти
<p>СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 4:</p> <p>Опазване на околната среда, съобразно предизвикателствата на климатичните промени и прилагане на европейските и национални стандарти за ограничаване на замърсяването и енергоемкостта и стимулиране използването на енергия от възобновяеми източници</p> <p>Приоритет 4.1. Околна среда и ресурси – опазване и ефективност</p> <p>✓ Брой изградени системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, активиране на свлачищни райони;</p> <p>✓ Брой реализирани проекти за превантивна защита от природни бедствия</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Общо 14 бр. проекти, свързани с превантивна защита от природни бедствия и предотвратяване на последиците от тях;</li> <li>• 6 бр. проекти за аварийно-възстановителни работи, както и за превенция на риска от наводнения (В.Търново, Г.Оряховица, Габрово – 11 села);</li> <li>• Ремонт и реконструкция на отводнителен канал - община Кайнарджа;</li> <li>• Възстановяване на връхната конструкция на моста над р. Русенски Лом на км 11+500 при с. Красен, община Иваново;</li> <li>• Възстановяване на връхната конструкция на моста над р. Черни Лом при с. Кошов, община Иваново.</li> </ul>

## Североизточен район

Цели и приоритети	Постигнати резултати/ изпълнени проекти
<p>СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 1: Повишаване конкуренто-способността на района чрез активиране на специфичния му потенциал, съчетано с опазване на околната среда</p> <p>ПРИОРИТЕТ 1.5. Опазване на околната среда в района и щадящо използване на териториалните ресурси</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 26 проекта за подобряване на физическата среда и превенция на риска;</li> <li>• 3 проекта за опазване на околната среда и превенция на риска;</li> </ul>

## Югоизточен район

Цели и приоритети	Постигнати резултати/изпълнени проекти
<p>ПРИОРИТЕТ 3. Развитие на инфраструктурата за опазване на околната среда в Югоизточен район.</p> <p>✓ Брой изградени системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, активиране на свлачищни райони,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление на риска от наводнения в община Бургас – изграждане на информационна система;</li> <li>• СНАВР за овладяване на бедствено положение в община Сливен;</li> <li>• Аварийно възстановяване на съоръжения от инфраструктурата и корекционни мероприятия на р. Сазлийка - община Гълъбово;</li> <li>• Изграждане на предпазна дига между ул.Сазлийка и ул.Волга - община Гълъбово;</li> <li>• Центрове за повишаване готовността на населението за реакция при наводнения - единен модел за изграждане на капацитет за действия на населението при възникването на наводнения и последващи кризи.</li> </ul>

## Югозападен район

Цели и приоритети	Постигнати резултати/изпълнени проекти
<p>ПРИОРИТЕТ 3.</p> <p>Опазване и подобряване на състоянието на околната среда</p> <p><i>Специфична цел 3.2.</i></p> <p>Подобряване на управлението на риска от природни бедствия, възстановяване на нарушени терени и предпазване от ерозия</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Брой реализирани проекти за предотвратяване и превантивна защита от природни бедствия;</li> <li>• Брой изградени системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, свлачища.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В процес на изпълнение създаване на центрове за повишаване готовността на населението за реакция при наводнения в 6-те района от ниво 2 (Главна дирекция „Пожарна безопасност и защита на населението“, Министерство на вътрешните работи);</li> <li>• Мерки за предотвратяване на наводнения на р. Бистрица и р. Брегалница-община Делчево, Македония и община Благоевград;</li> <li>• Защита на населението в общините Карбинци (Македония) и Струмьяни и предотвратяване на щетите от наводнения;</li> <li>• Съвместни действия за превенция на наводненията в трансграничния регион община Ранковце (Македония) и община Бобов дол;</li> <li>• 7 проекта по програмата за ТГС България-Сърбия 2014-2020 г. с основна цел предотвратяване на риска и смекчаване на последиците от наводнения, пожари и други природни бедствия: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Община Дупница и община Гаджин Хан;</li> <li>- Община Нишка Баня и община Костенец;</li> <li>- Община Своге и община Меровина;</li> <li>- Академия на Министерство на вътрешните работи, Главна дирекция „Пожарна безопасност и защита на населението“-МВР и Университета на Ниш, Сърбия;</li> <li>- Главна дирекция „Пожарна безопасност и защита на населението“-МВР и Сектор за управление на извънредни ситуации, Пирот, Сърбия;</li> <li>- Сектор за управление на извънредни ситуации, Пчиня, Сърбия - Главна дирекция „Пожарна безопасност и защита на населението“-МВР;</li> <li>- Община Болевац, Сърбия - Асоциация за</li> </ul> </li> </ul>

	<p>гражданско управление на кризи – София;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Междуправителствена комисия за възстановяване и подпомагане към Министерския съвет - 7 проекта за превенция на риска от природни бедствия: общини Разлог, Дупница, Трън, Етрополе, Златица, Столична община (2);</li> <li>• Изградени системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, свлачища: <ul style="list-style-type: none"> <li>- създаване на Система за управление на водите в басейна на река Искър (СУВ-БРИ) като първа фаза на Национална система за управление на водите в реално време (НСУВРВ);</li> <li>- изграждане на система за превенция и ранно предупреждение от наводнения на територията на община Кресна, област Благоевград и община Валандово (Македония);</li> </ul> </li> <li>• 2 проекта за подпомагане състоянието на горите и горскостопанската инфраструктура: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Първоначално залесяване на неземеделски земи (община Радомир, област Перник);</li> <li>- Инвестиции в развитието на горските територии и подобряване жизнеспособността на горите (община Горна Малина, област София).</li> </ul> </li> </ul>
--	--

Таблица 6

### Южен централен район

Цели и приоритети	Постигнати резултати/изпълнени проекти
<p><b>ПРИОРИТЕТ</b></p> <p>1.3. Развитие на инфра-структурата за опазване на околната среда и адаптиране към промените на климата.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 22 системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, активиране на свлачищни райони, както следва: Пазарджик – 3 бр.; Пловдив – 1 бр.; Смолян – 13 бр.; Хасково – 5 бр.;</li> </ul>



<p><i>Специфична цел</i></p> <p>б: Превенция на последиците от климатичните промени.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Брой изградени системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, активиране на свлачищни райони</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Превантивни дейности, свързани с намаляването на опасността от горски пожари: изграждане на противопожарна кула в землището на град Ракитово; създаване на система за откриване на горските пожари в ранен стадий и мониторинг на околната среда на територията на община Борино; Интегрирана система за ранно известяване на горски пожари с три автоматични наблюдателни станции (противопожарни кули) в землищата на с. Зорница, с. Орехово, с. Павелско, общ. Чепеларе и център за управление и контрол в сградата на община Чепеларе;</li> <li>• Осигуряване на превантивна инфраструктура в Община Кърджали;</li> <li>• Подобряване на капацитета на общините Алпуллу и Тополовград за превенция и ограничаване на последиците от наводнения в Беломорския басейн.</li> </ul>
---	--

Изменението на климата е глобален проблем, за преодоляването на който са необходими координирани действия на всички равнища (държавно, регионално и местно) – от страна на правителството, бизнеса и лично, индивидуално участие на всеки гражданин. Мерките за справяне с климатичните промени могат да бъдат стратегически, институционални, научни и физически. Изборът е наше право и задължение – да действаме и да се възползваме от възможностите за екологосъобразно развитие, или да сме бездейни свидетели на променящия се живот на планетата, която ще оставим в наследство на поколенията след нас.

### **Използвана литература**

1. Бяла книга относно „Адаптиране към изменението на климата: към европейска рамка за действие”, (COM(2009) 147, Брюксел, 2009);
2. Годишни доклади за наблюдение на изпълнението на

регионалните планове за развитие в районите от ниво 2 (2014-2020) за 2015 г. и 2016 г., Министерство на регионалното развитие и благоустройството, Регионално развитие/Наблюдение и оценка, [www.mrrb.government.bg](http://www.mrrb.government.bg);

3. Действия в областта на климата. Политиките на ЕС, Европейска Комисия, Брюксел, 2014;

4. Закон за ограничаване изменението на климата, обн. ДВ. бр.22 от 11 март 2014г., изм. ДВ. бр.85 от 24 октомври 2017г.;

5. Зелена книга: Рамка за 2030 година за политиките в областта на климата и енергетиката, Брюксел, 27.3.2013, COM(2013);

6. Рамкова конвенция на Организацията на обединените нации по изменение на климата, 1992;

7. Рамка за политиките в областта на климата и енергетиката през периода 2020-2030 година, Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите, Брюксел, 22.1.2014 г. COM(2014);

8. Регионални планове за развитие на районите от ниво 2 в България (2014-2020), Министерство на регионалното развитие и благоустройството, Регионално развитие/Стратегически документи, [www.mrrb.government.bg](http://www.mrrb.government.bg);

9. Трети Национален план за действия по изменение на климата за периода 2013-2020г., Министерство на околната среда и водите, С., 2012.

# ИНДУСТРИЯ 4.0 – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА

*Кирил Радев*

## INDUSTRY 4.0 - CHALLENGES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

*Kiril Radev*

### Abstract

The report presents the macroeconomic dimensions and characteristics of the dynamics in the national economy sustainability indicators related to the implementation of the objectives of Industry 4.0. The benefits and threats from the comprehensive introduction of digitization are outlined.

**Key words:** „Industry 4.0“, digitalization, sustainable development, national economy.

Бързите темпове на развитие на световната икономика предизвикаха нарастване в интензивността на изземване на природните богатства на планетата. Това доведе до промени в цените на световните пазари основните енергоносителни, а оттам и на всички свързани с тях дейности, технологии и стоки. Допълнително, в стремежите на корпорациите да постигнат повече приходи от дейността за кратък период от време се нанесоха непоправими вреди на природата в резултат, на което има данни за сериозни промени в климатичните фактори и вследствие на това, за непредвидими катаклизми и свързаните с тях социални, демографски, икономически и политически последици в бъдеще.

В търсене на изход от създалата се ситуация човечеството обърна сериозно внимание на управленските подходи и изискванията за изпълнение на бизнес процесите с помощта, на което да се ограничат темповете на изземване на вече почти изчерпаните ресурси на планетата и успоредно с това да се увеличи

предлагането на стоки и услуги, както и да се осигурят възможности за устойчивост на икономическите сектори и на икономиките като цяло. Това усилие се изрази в изграждането на икономически съюзи, основани на хармонизирани цели, политики и методи за постигане на синергични ефекти от съвместната им дейност. Независимо от тяхното многообразие и разпределение в световен план, техните основни цели са свързани главно с дългосрочното развитие на глобалната икономика, основана на образованието, развитието на технологиите и алтернативните източници на енергия.

В резултат на това се прие единен подход за устойчивост на световната икономика, основан на тезата, че трябва да се осъзнае и възприеме курс и подход на отказ от екстензивното развитие и насочване на усилията към разширено внедряване на информационните технологии в промишлеността и услугите, както и в бита на хората. Пример в това отношение са действията на Европейската комисия от месец март 2010 г., изразяващи се в замяната на Лисабонската стратегия със Стратегия “Европа 2020” за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж, одобрена от страните – членки на Европейския съюз през месец юни, същата година<sup>1</sup>. В стратегията са визирани цели, които всяка една страна-членка следва да адаптира съобразно собствените си специфични характеристики, но при това да гарантира тяхното успешно постигане с реализиране на ползи както за националната, така също и за икономиката на Съюза.

Към основните цели на стратегията се отнасят:

- постигане на заетост за 75 % от населението на възраст 20 - 64 години;
- осигуряване на инвестиции в научноизследователска и развойна дейност (НРД) в размер на 3 % от БВП на ЕС;
- постигане на целите „20/20/20“ по отношение на климата/енергията (включително намаляване на емисиите с допълнителни 30 %, ако условията са подходящи);

---

<sup>1</sup> Europe 2020 strategy, Available on-line on: <http://www.strategy.bg/Publications/View.aspx?lang=bg-BG&Id=124>

- постигане на дял на преждевременно напусналите училище под 10 %;
- осигуряване на дял на младото поколение със завършено висше образование от най-малко 40 %;
- намаляване на броя на застрашените от бедност с 20 млн. души.

Подобно на останалите икономически съюзи, за изпълнението на своите стратегически цели и ЕС поставя главен акцент върху развитието на научно-изследователската дейност, намаляването на сроковете за дифузия на научните открития и изобретения (иновации) в реалната икономика, адаптиране на системите на образованието към новите технологични особености на световния бизнес и бъдещите изисквания на пазара на труда, в т.ч. и достъпа на млади хора до пазара на труда, възможностите за повсеместно ползване на глобалната информационна мрежа, изграждането на екологосъобразни и ресурсно ефективни икономики, осигуряване на възможности за по-висока конкурентоспособност на малките и средни предприятия (МСП), улесняването на трудова мобилност и създаването на условия за пожизнено перманентно развитие на уменията на хората. Специално внимание е отделено и върху процесите на сближаване в културно и технологично отношение на нациите от Общността.

За изпълнението на посочените намерения в периода 2010 г. - 2017 г. ЕК е предприела и реализирала множество мерки, визирани в многобройните нейни актове за периода, в които индустриализацията е посочена като главен инструмент за постигане на стратегическите цели и в резултат на устойчивостта на европейската икономика<sup>2345678</sup>

---

<sup>2</sup> The Commission communication 'Industrial Policy: Reinforcing competitiveness' (COM(2011) 0642), Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

<sup>3</sup> A Stronger European Industry for Growth and Economic Recovery — Industrial Policy Communication Update' (COM(2012) 0582), Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

Успоредно с посочените инициативи, ЕК и ЕП разработват и предприемат мерки за изпълнение на:

- програма за развитие на микро, МСП в ЕС;
- програма за развитието на цифровите технологии за Европа;
- стратегия и програма за изграждане на Всеобщ цифров единен пазар;
- програма за отбранителната индустрия;
- политики за научни изследвания и технологично развитие;
- програма за реализация на иновационна политика на Общността.

Допълнителен аргумент за степента на хармонизация и еднопосочност по отношение на глобалните цели и инструментариумът за тяхното постигане е докладът „*The Future of Jobs, Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution*“ на Световния икономически форум от 2016 г., като в двете му части обстоятелствено са анализирани последствията за

---

<sup>4</sup> For a European Industrial Renaissance' (COM(2014)0014), Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

<sup>5</sup> European Parliament resolution of 19 January 2012 on a space strategy for the European Union that benefits its citizens (2011/2148(INI)), Document date: 2012-01-19, P7\_TA(2012)0013, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

<sup>6</sup> European Parliament resolution of 15 January 2014 on reindustrialising Europe to promote competitiveness and sustainability (2013/2006(INI)), Document date: 2014-01-15, P7\_TA(2014)0032, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

<sup>7</sup> European Parliament resolution of 4 February 2014 on the Action Plan for a competitive and sustainable steel industry in Europe (2013/2177(INI)), Document date: 2014-02-04, P7\_TA(2014)0069, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

<sup>8</sup> European Parliament resolution of 9 June 2016 on the competitiveness of the European rail supply industry (2015/2887(RSP)), Document date: 2016-06-09, P8\_TA(2016)0280, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

заетостта и социалните последици при изпълнението на целите на „Индустрия 4.0“<sup>9</sup>.

Предвид обхвата и хоризонтите, които се откриват пред бизнеса, а в резултат на това и пред потребителите, визията и същността на „Индустрия 4.0“ е възприета като четвъртата технологична революция, основана на повсеместната дигитализация в следните икономически области:

- информационните и комуникационни технологии;
- кибер-физическите системи;
- съхраняване и обработване на мащабни по своите размери масиви от данни (т.нар. облачни системи);
- системи за моделиране, симулиране и виртуално представяне на информацията;
- инструменти за взаимодействие между хората и изчислителните машини.



Фиг. 1. Визия „Индустрия 4.0“

*Източник: Industry 4.0: The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries“.*

<sup>9</sup> World Economic Forum (2016), Comitet to Improving the State of the World, Global Challenge Insight report „The Future of Jobs, Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution“, Available on-line on: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf).

Графично съдържателните аспекти на четвъртата технологична революция са са изработени от германските асоциации Bitkom, VDMA and ZVEI и Международната електротехническа комисия. Очакванията са при внедряването им да се извършат драстични промени в технологиите, свързани с индустриалното производство, като цикълът на промените да обхване:

- процесите на стандартизация;
- моделите за автоматизация;
- широколентовите информационни системи;
- защитата на информацията;
- методите за планиране и взимане на управленски решения;
- процесите на обучение;
- правно-нормативната система;
- моделите за оптимизиране на ресурсоемкостта.

Когато въпросите за „Индустрия 4.0“ се разглеждат в контекст на устойчивостта на националните икономики, е необходимо да се излезе от рамките на индустриалния сектор и да се обърне внимание на всеки един от останалите сектори, като се направи прогноза и анализ за обхвата на приложимост на компонентите ѝ, в т.ч. за ползите и заплахите за секторите и за икономическите резултати и стабилността на националните икономики. В съдържателен аспект посочените обстоятелства имат отношение към управлението на устойчивото развитие.

Основните фактори и показатели, които се използват за измерване на устойчивостта на една национална икономическа система са разпределени в следните групи:

1. Социално-икономическо развитие.
2. Устойчиво потребление и производство.
3. Социално включване.
4. Демографски промени.
5. Обществено здраве.
6. Промени в климата и чиста енергия.
7. Устойчив транспорт.
8. Природни ресурси.
9. Глобално партньорство.



## 10. Добро управление.

От проучването на извършените до момента SWOT анализи на влиянието на целите на четвъртата индустриална революция върху посочените направления може да се направи заключението, че в следващите десет и повече години с изпълнението на целите на „Индустрия 4.0“ в тях ще настъпят драстични промени.

На основата на специално направеното авторско проучване и анализи може да се направи прогноза, че внедряването на инструментите за постигане на целите на четвъртата технологична революция в дейностите от националната икономика, извън конкретиката на технологичната и производствената области, ще окажат по-съществено и значимо влияние влияния върху:

### 1. Показатели за социално-икономическо развитие:

- Инвестиции – за периода 2011 – 2015 г. размерът на инвестициите (общо от бизнеса и от бюджета) са в размер на 20% от БВП;

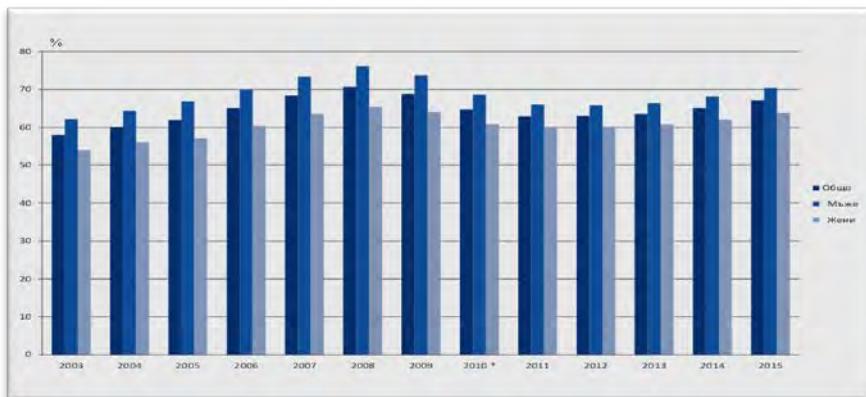
- Разходи за научно-изследователска и развойна дейност – за периода 2009 – 2015 г. общите разходи нарастват с около 4% от БВП, но главно за сметка на разходите в бизнес сектора, които нарастват с 5.5%, като за същия период разходите в публичния сектор намаляват с 1%.

### 2. Коефициент на заетост<sup>10</sup>.

Между 2008 и 2015 г. най-голямо намаление на заетостта на населението се регистрира във възрастовата група 25 - 34 години - със 7.8 процентни пункта. За възрастовите групи 35 - 44 и 45 - 54 години коефициентът на заетост намалява съответно с 4.8 и с 2.9 процентни пункта, докато за възрастовата група 55 - 64 години се наблюдава увеличение на този коефициент със 7.0 процентни пункта. Заетостта е най-висока сред лицата с висше образование. През 2015 г. коефициентите на заетост по степени на образование за възрастовата група 20 - 64 навършени години са съответно: 84.0% за висше образование, 68.3% за средно образование и 39.0% за основно и по-ниско образование.

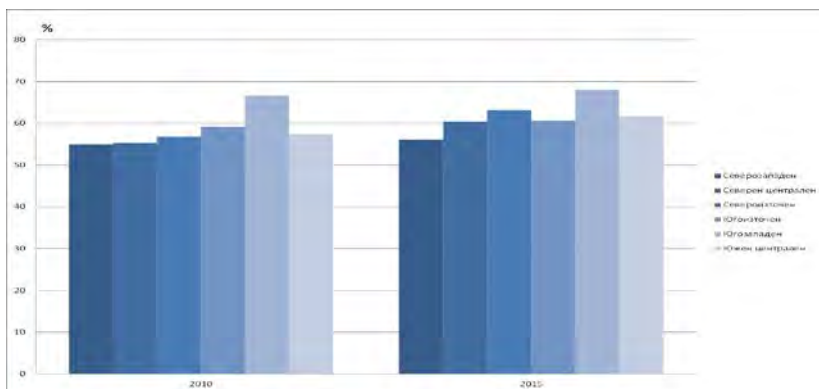
---

<sup>10</sup> Пак там.



**Графика 1. Коефициенти на заетост (20 - 64 навършени години) в България по пол.**

Сред статистическите райони най-висока е заетостта в Югозападния район - през 2015 г. коефициентът на заетост (15 - 64 навършени години) е 68.0%. По-висок от средния за страната (62.9%) е и коефициентът на заетост в Североизточния район - 63.1%. В останалите райони коефициентът на заетост е по-нисък от средния за страната, като най-ниска е стойността му в Северозападния район – 56.1%.



**Графика 2. Коефициенти на заетост по статистически райони**

Показателите и динамиката ще претърпят промени в резултат на осъвременяването ни хармонизирането на изискванията за заемането на адаптираните длъжности. Очакванията са заетостта да намалее значително с навлизането на дигиталните технологии, особено за хората в предпензионна възраст.

С навлизането на дигиталните технологии много от операциите, които се извършват по места ще стане възможно да се управляват и изпълняват от разстояние. Това е възможно да се използва за развитие на региони, които до момента не са достатъчно развити, главно поради особености на ландшафта. Ще се създадат условия за по-добра заетост и в районите, където в момента е налице отлив на лица в трудоспособна възраст, и миграция, поради липса на възможности за препитание. Допълнителен аргумент в тази насока е възможността за работа от вкъщи.

### 3. Коефициент на безработица<sup>11</sup>.

От 2003 г. до 2015 г. се разграничават няколко периода по отношение изменението на безработицата. През първите пет години коефициентът на безработицата намалява от 13.7 на 5.6% през 2008 г., след което се покачва до 12.9% през 2013 година. От 2014 г. отново се наблюдава спад в коефициента на безработица като през 2015 г. стойността му достига 9.1%, близка до средното равнище за ЕС-28. През последните години коефициентът на безработица е по-висок при мъжете, в сравнение с жените, като през 2015 г. разликата е 1.4 процентни пункта (съответно 9.8% и 8.4%).

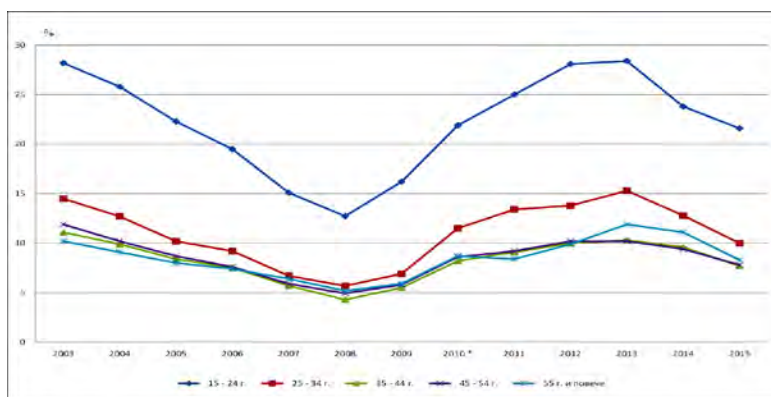


Графика 3. Коефициенти на безработица в България и ЕС-28.

<sup>11</sup> Пак там.

Коефициентите на безработица по възрастови групи следват същото развитие, както и общият коефициент. През 2015 г. коефициентът на младежка безработица (15 - 24 години) е 21.6%, като намалява с 2.2 проценти пункта в сравнение с предходната година, но същевременно е 1.7 пъти по-висок в сравнение с 2008 година.

Безработицата засяга най-съществено хората с по-ниско образование. През 2015 г. коефициентът на безработица за лицата с основно или по-ниско образование достига 25.1%, докато за завършилите средно или висше образование той е значително по-нисък - съответно 8.3 и 4.0%.



**Графика 4. Коефициент на безработица по възрастови групи.**

С навлизането на т.нар. „умни“, „интелигентни“ технологии и устройства в организациите, необходимостта от жива сила ще намалява и търсейки по-голяма ефикасност в своята дейност ръководителите ще се освобождават от персонала, дейността, на който е възможно да се изпълнява от тези устройства. За много от организациите, които работят в сферата на финансите, застраховането, търговията на дребно и др., това ще бъде в размер на 80-90% от дейностите. В останалите сектори до 2025 г. средният процент на заетост, спрямо този в момента ще бъде с около 40-50 % по-нисък. Основно ще се търсят кадри, които да имат знанията и

уменията да разработват, доразработват и/или да работят със софтуерни продукти, предназначени да заместват човешкото участие в трудовите процеси, с цел елиминиране на изискванията за емпатия, емоционална интелигентност, психическа пригодност, ангажираност, редуциране на разходите за охрана и безопасност на труда, респ намаляване на вниманието към формалните и неформалните взаимоотношения, реализиране на висока степен на стандартизираност и осигуряване на качеството на произвежданата продукция.

#### **4. Показатели за социално включване, основно в частта:**

- неравенство в заплащането;
- коефициент на продължителна безработица;
- участие в ученето през целия живот.

С въвеждането на дигиталните системи коефициентът на продължителна безработица плаващо ще се увеличава, като съществуващата разлика във възрастовите групи ще се свие, защото изискванията за физическа пригодност ще бъдат заменени с ментални и познания в областта на изчислителните технологии и техники. Относно показателят неравенство в заплащането, очакванията са степента на справедливост в тази насока да се подобри и диференцията към момента в заплащането между половете и възраст да бъде минимална. В контекст са продължителната безработица и посоченото до момента показателят „участие в учене през целия живот“ ще се трансформира и възприеме като задължителен инструмент за наемане, задържане и утвърждаване на работното място. В тази връзка, предвид все по-нарастващите изисквания за защита на информацията, наетите в организациите ще бъдат разглеждани като капитал и много малка част от тях като персонал или ресурс.

#### **5. Показатели за демографски промени:**

➤ коефициент на демографско заместване: Този показател характеризира възпроизводството на трудовите ресурси. Изчислява се като отношение между броя на лицата влизаци в трудоспособна възраст (15-19 години) и броя на лицата излизаци от трудоспособна възраст (60 - 64 години). С навлизането на дигиталните технологии

той също ще претърпи значителни промени, но в положителна посока, тъй като наемането ще бъде за продължителен период от време, при което броят на наеманите в организациите ще намалява.

➤ дял на лицата на възраст 65 и повече години с риск от изпадане в бедност: Този показател ще претърпи промени в посока на диференцията на населението по години при безработицата, защото при заместването на огромна част от дейностите, които в момента се изпълняват от жива сила с „умни“ устройства, в структурата на безработните и обхвата на лицата, влизащи в категорията – риск от бедност ще има голяма част от населението в трудоспособна възраст.

#### **6. Устойчив транспорт:**

- *модернизация на транспортната инфраструктура ;*
- *дял на новорегистрираните и регистрирани нови МПС ;*
- *лица, загинали при пътнотранспортни произшествия -*

на този показател следва също да се обърне внимание, защото една от целите на дигитализацията е максималното елиминиране на субективния фактор при управлението на транспортните средства, в т.ч. и за лични цели. В тази връзка транспортната инфраструктура ще претърпи драстични технологични усъвършенствания, в резултат на които делът на обществените транспортни услуги спрямо осъществяваните с лични превозни средства ще се увеличи значително, което ще доведе до спад в закупуването и регистрацията на лични превозни средства. Дигиталният тип контрол по отношение спазването на стандартизационните и нормативните изисквания за движение по пътищата и в градски условия ще разрешат в значителна степен съществуващите проблеми с транспортните произшествия, защото между управляващите и управляваните системи ще бъдат изградени системни взаимовръзки, които ще се подчиняват на едни и същи правила.

#### **7. Добро управление:**

➤ *Използване на интернет от лицата с цел взаимодействие с обществени институции -* показателят може да се разглежда като интегрален по отношение на степента на пригодност на

публичния сектор и обществото към епохата на дигитализацията. В условията на четвъртата технологична революция всеки един трябва да има знания да работи с различни видове софтуер, което ще направи степента на зависимост на икономиката от бърз и надежден интернет сто процента. Целите са само до 15 години вече да има градове, в които системата за градска мобилност да бъде напълно автоматизирана, в т.ч. без използването на автомобили с двигатели с вътрешно горене. Заявяването на превозно средство ще става по електронен път, голяма част от магазините ще бъдат дигитализирани и доставката по домовете ще се извършва също от мобилни устройства, управлявани дистанционно. Публичните услуги ще бъдат дигитализирани, почти цялостно. Проблемите дори и с бързата помощ, които съществуват в момента, ще бъдат решени адекватно, защото състоянието на организма ще е възможно да се следи в момента дистанционно, а назначаването на интервенция или лечение ще бъде облекчено, предвид наличието на електронен архив на заболяванията, интегриран с обществените структури на здравеопазването.

В заключение, като се вземе предвид посоченото, може да се направи следния обобщаващ **извод**:

Устойчивостта на икономиките в условията на “Индустрия 4.0” ще бъде постигана при условие, че размерът на дигитализацията при бизнеса и в публичния сектор са балансирани по отношение на степен на образование и благосъстояние на обществото, покупателна способност, отношение на показателите за смъртност и раждаемост, както и възрастовата структура на населението. Специално внимание следва да се отдели на опасността от реално прекъсване на кръгооборота на паричната маса между бизнеса и потребителите, както и на възможностите с инструмента „Гарантиран доход“ да се въздейства върху неговата поява.

### **Използвана литература**

1. Национален статистически институт, достъпен на: [http://www.nsi.bg/bg/content/5301 /%D1%83%D1%81%D1%82%D0%](http://www.nsi.bg/bg/content/5301/%D1%83%D1%81%D1%82%D0%)

BE%D0%B9%D1%87%D0%B8%D0%B2%D0%BE-%D1%80%  
D0%B0% D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%B5

2. A Stronger European Industry for Growth and Economic Recovery — Industrial Policy Communication Update’ (COM(2012) 0582), Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

3. Europe 2020 strategy, Available on-line on: <http://www.strategy.bg/Publications/View.aspx?lang=bg-BG&Id=124>

4. European Parliament resolution of 15 January 2014 on reindustrialising Europe to promote competitiveness and sustainability (2013/2006(INI)), Document date: 2014-01-15, P7\_TA (2014) 0032, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

5. European Parliament resolution of 19 January 2012 on a space strategy for the European Union that benefits its citizens (2011/2148(INI)), Document date: 2012-01-19, P7\_TA(2012)0013, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

6. European Parliament resolution of 4 February 2014 on the Action Plan for a competitive and sustainable steel industry in Europe (2013/2177(INI)), Document date: 2014-02-04, P7\_TA(2014)0069, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

7. European Parliament resolution of 9 June 2016 on the competitiveness of the European rail supply industry (2015/2887(RSP)), Document date: 2016-06-09, P8\_TA(2016)0280, Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)

8. For a European Industrial Renaissance’ (COM(2014)0014), Available on-line on: [http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_5.9.7.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/bg/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.9.7.html)



# ЗАСТРАХОВАТЕЛНАТА КОЛАБОРАЦИЯ НА ОБЩИНИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

*Стоян Киров*

## INSURANCE COLLABORATION OF MUNICIPALITIES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

*Stoyan Kirov*

### Abstract

The climate changes and the impact of human activity on natural resources predetermine the growth of catastrophic risks. Municipalities have been trying for years to cope with the damages caused by increased natural disasters, but their efforts are not very successful. They fail to ensure the sustainable development of the regional economy because they divert enormous resources to the recovery of losses and thus cannot invest in future projects. One of the possibilities for solving the problem is to attract insurers as strategic partners. The insurance cooperation should not only aim at financing losses, but also help municipalities to reduce catastrophic risk. Such public-private partnerships can benefit all stakeholders and, above all society, which will have the conditions for sustainable development.

**Key words:** *sustainability insurance, insurance collaboration, public-private partnership, catastrophic risks, socially responsible investment.*

От началото на века силата и интензитетът на катастрофичните рискове осезаемо нараснаха и поставиха общините пред нови предизвикателства. Все по-често възникват наводнения от преливане на водоеми, падат проливни валежи, съпроводени с градушки, температурите се повишават до критични стойности, последвани от продължителни суши, духат ураганни ветрове и т.н. Всички тези вредоносни събития рушат градската инфраструктура, като блокират нормалния ритъм на живот и бизнес в населените места. Вредите от тях всяка година формират около 2% от световния БВП, което представлява огромно бреме за финансите на общините и има отклоняващо въздействие от приоритетите за развитие на местно ниво.

Като пряко отговорни за справяне с последиците от катастрофичните рискове, често пъти общините се оказват неподготвени и безсилни. В подобни екстремни ситуации за тях възникват редица финансови, икономически и социални затруднения, които трудно могат да бъдат решени без да се „затегнат коланите“ и да се жертват някои бъдещи обществено приемливи инициативи. Конвенционалните способности за защита, в т.ч. буферните запаси в общинските бюджети, средствата от националните и европейските фондове за борба с бедствията и аварията, помощите от благотворителни кампании и социални организации, са недостатъчни и слабо ефективни. Освен това, тези средства само компенсират вредите без да имат превантивна роля за тяхното намаляване, вкл. избягване. Всичко това възпрепятства общините в стремежа им да бъдат *устойчиво развиващи се структури*. В контекста на катастрофичните рискове това означава те да бъдат способни да създават благоприятна среда за бизнес и живеене, която да е в състояние да устои на вредоносните явления, а постигането ѝ да не е за сметка на намален икономически капацитет в перспектива.

Няма съмнения, че в основата на увеличаване на катастрофичен риск стои *промяната на климата*. За съжаление много страни по света, вкл. България, са уязвими на подобни изменения. Страната ни например е богата на водни ресурси и нарастването на валежите, в т.ч. съсредоточаването им в кратки периоди от време, хронифицира риска от локални бедствия. Човешката намеса е друг фактор, който катализира процесите и опосредства реализирането на събитията. Хората имат способността да разрушават буферния капацитет на екосистемите, което прави личната и обществената инфраструктура още по уязвима. Липсата на ясна визия от страна на общините за разрастването на жилищните комплекси, пренатоварването на вилните зони, усвояването на пясъчните територии и други може да се възприема като *престъпна недалновидност*. Когато тя се съчетае с корупционните практики и некачествения контрол на вземаните решения, може да се превърне във водещ драйвер за катастрофичните рискове с необратими последици.

Интересни в това отношение са резултатите от обхvatно проучване, оглавено от най-голямата застрахователна компания в Южна Африка – Santam Group и докладвани по време на Конференцията на ООН за изменение на климата, проведена в Дърбан през 2011 г. (Santam Group, CSIR, UCI 2011). Важни в доклада са два извода: *първият* е свързан с потвърдението, че климатичните промени са в основата на повишения катастрофичен риск в отделни райони по света, а *вторият* отдава *много по-голямото значение за това на човешката намеса* чрез урбанизацията и редуцирането на буферния капацитет на екосистемите. Второто заключение налага преосмисляне на подходите за управление на катастрофичните рискове, защото ако общините не могат да направят каквото и да било по повод на климатичните промени, те имат властта да „озаптяват“ и насочват в правилната посока човешката дейност. Те могат да повишават готовността на населението и квалификацията на своите служби за по-бърза и адекватна реакция в условията на бедствия. В техни ръце е да възпитават и обучават хората в добри практики, които да съхраняват екосистемите.

Новите параметри на рисковата среда и все по-силната ѝ обвързаност с устойчивото развитие на общините принуждава местната власт да адаптира печеливши бизнес модели в своето управление и да ги прилагат в условията на сътрудничество с частния сектор. Застрахователите са едни от предпочитаните частни партньори, които се привличат не само като източник за финансиране на възникналите вреди, но и като възможност да се използва тяхното ноу-хау за превенция срещу рисковете. Много общини в Западна Европа отдавна работят със застрахователната индустрия, когато става въпрос за прогнозиране на локалните бедствия. Актюерските разчети на застрахователите отчитат сравнително точно промените в климатичните фактори, включително смекчаващите риска обстоятелства, като например готовността на населението да се справи с последствията от тях. Това е така, защото застрахователната калкулация по принцип използва прогнозни данни за бъдещото развитие на риска, като за целта следят всички промени в климата. Освен това застрахователите са

близко до своите клиенти, познават техното поведение, разпознават измамните им действия и могат да интегрират някои неустойчивими фактори в своите модели.

Застрахователите влияят благоприятно върху устойчивото развитие на общините като предлагат навременна и пълна защита срещу катастрофичните рискове на населението и бизнеса. Така те намаляват напрежението в обществото от неясното бъдеще и поемат голяма част от разходите на общините при бедствия. Финансовият капацитет на застрахователите отговаря на риска и вероятността да бъдат изцяло обезщетени техните клиенти е голяма. Ако хората осъзнаят това предимство, ще се генерира интерес към застрахователните услуги, което пък ще се трансформира в усещане за стабилност и желание за предприемаческа активност. Основната трудност в тази посока е в *ниската застрахователна култура* на населението (особено на българите) и неговото ирационално поведение при сключването на застраховки. Българите например разчитат прекалено много на държавните и общинските помощи за справяне с бедствията и игнорират застраховките, като ефективен метод за управление на риска. Дори и да се застраховат те правят това инцидентно и то в периодите непосредствено след възникването на събитията. Тази потребителска аномалия пречи да се проявят ползите от застрахователната защита в дългосрочен план.

Възможните решения за увеличаване на застрахователното проникване следва да се търсят повишаването на застрахователната култура на населението, която дейност трябва да е приоритет не само за застрахователите, но и за общините. Това не означава само по-добра информираност за хората, но и подкрепа (административна и финансова) по повод сключването на застраховки. Разбира се, общините не могат да платят дължимите премии изцяло за своя сметка, но могат да допринесат за предлагането на изгодни застрахователни услуги, съобразени с риска. Реализацията на тази екзотична идея може да стане чрез прякото им вмешателство в процеса на ценообразуване, при условие че станат собственици на застрахователни компании. Не са изолирани случаите, при които общините учредяват и участват като акционери в такива дружества.

В съпоставителен план подобна практика откриваме и в България. Основаната през 1996 г. „Общинска застрахователна компания“ АД е с мажоритарен собственик Столична община. Понастоящем застрахователят е приватизиран, но в структурата на неговите акционери все още фигурират редица общински предприятия.

Алтернативен начин за установяване на обществено приемливи застрахователни премии е, когато общините превантивно работят за ограничаване на катастрофичния риск, и оттам по косвен път да намалят размера на някои ценови елементи. Когато органите на местната власт са загрижени за екосистемите, стриктно контролират потребителската инвазия и рамкират строителните дейности, те запазват естествените буфери на средата, като така намаляват вероятността от възникване на вреди и размера на дължимите обезщетения. Очевидно от превенцията имат полза всички въвлечени страни – гражданите, защото заплащат по-ниски премии, застрахователите, защото правят продуктите си по-конкурентноспособни и общините, защото намаляват финансовите трансфери във връзка с възникналите катастрофични събития.

В специализираната литература могат да се открият потвърждения за връзката между устойчивото развитие на общините и състоянието на застрахователната индустрия. Установено е, че *в страни с добре развит застрахователен пазар, общините оперират много по-ефективно*, като осигуряват стабилна среда за бизнес (Han, Donghui, Fariborz, Tian 2010:183-199). Изследванията доказват и обратната зависимост. Независимо че застрахователният бизнес е по-тясно обвързан с функционирането на финансовата система, общинските инвестиции в предпазна инфраструктура и в подготовката на населението за справяне в бедствени ситуации, стимулират застрахователното проникване и плътността на регионално и национално ниво.

Както вече беше казано, приносът на застрахователите за управлението на катастрофичните рискове излиза извън пределите на компенсационната им функция. Сътрудничеството им с местната власт включва още превантивните действия и посткризисните мерки, които са ориентирани най-вече към редуциране на рисковото

бреме. Те не са класически застрахователни операции, но винаги съпътстват и подпомагат застрахователната дейност. Ангажирайки своята експертиза и натрупан опит, застрахователите съдействат на общините, за да могат да предотвратяват и ограничават вредите, като по този начин *помагат и на самите себе си*. В този контекст „некласическото“ застрахователно партньорство с местната власт може да има две проявления:

1) Изследователски-базирано застрахователно сътрудничество и

2) Застрахователно сътрудничество за реализация на общински проекти.

Застрахователите могат да подпомагат общините, като участват с тях в изследователски проекти, оценяващи катастрофичния риск на местно равнище и изграждащи вероятностни модели за неговото планиране и прогнозиране. Благодарение на своите аналитични познания, евристични подходи за анализ на емпирични данни и експертен потенциал за справяне с кризи, те са ценен участник в проучвателни екипи. Със сигурност за реализирането на подобни изследвания са необходими специалисти от различни области, компетентни по сложни теми, което налага сформиранието на мултидисциплинарни експертни групи. Ето защо в тях освен представители на общините, научните среди, органите за борба с бедствията и аварията, трябва да участват и застрахователите, което отдавна е препоръка на ООН (UNEP FI 2012). Обикновено резултатите от екипната работа се материализират в изготвянето на общински планове за подкрепа на бизнеса в дългосрочен план, карти на рисковата среда с потенциалните опасности, процедури за евакуация, образователни кампании за повишаване на застрахователната култура, информиране на обществото за риска от природни бедствия, споразумения за оказване на финансова и логистична подкрепа и др. Всички тези документи и действия преследват по-нисък катастрофичен риск и по-малък вредоносен резултат.

Реализирането на общинските проекти за управление на катастрофичните рискове със съдействието на застрахователите

обикновено се свързва с тяхното *социално отговорното инвестиране*. Застрахователните компании са един от най-големите институционални инвеститори на капиталовите пазари и имат ресурс, който да насочват към печеливши за тях практики. В глобален аспект те управляват активи за почти 27 трилиона щатски долара, част от които могат да бъдат използвани за устойчивото развитие на общините. Застрахователите ще спечели от подобна инвестиция и то не само под формата на лихви, но и като по-добри рискови позиции в бъдеще. Освен това инвестиционните им портфейли могат да бъдат подобрени чрез диверсификация с общински облигации. Ако облигационните заеми се използват от общините за рехабилитация, възстановяване и повишаване на буферния капацитет на екосистемите и градската инфраструктура, това ще подобри рисковата среда без да застрашава портфейлните резултати. Такива инвестиции от една страна са социално отговорни, а от друга имат устойчив ефект върху икономиката в дългосрочен план.

Застрахователите могат да помогнат на общините и по друг начин, който има повече благотворителен характер. Тъй като финансовите възможности на много общини не са големи, модернизацията на техниката и оборудването на общинските служби за борба с бедствията и аварията изостава от гледна точка на увеличените опасности. Подобни са тенденциите и по отношение на обучението и квалификацията на служителите, отговорни за справяне с кризите. Тук роля и значение могат да имат застрахователите, които могат безвъзмездно да финансират процеса. Има примери за дарения на пожарни автомобили и предпазно облекло от застрахователни компании, които целят да се поддържа високата степен на готовност на противопожарните служби. Икономическите разчети сочат, че даренията по този начин средства се възвръщат от два до десет пъти на застрахователите, която калкулация не бива да се пренебрегва (UNEP FI 2014: 3). Застрахователното сътрудничество може да отиде и още по-далеч с привличането на застрахователни консултанти и трейдъри, които да работят съвместно с полицаи, пожарникари, строителни инженери,

контролни органи и т.н. Това ще направи действията им още по-ефективни предвид ноу-хауто, което имат застрахователите в областта на антикризисния мениджмънт.

Застрахователното сътрудничество с общините в контекста на нейното адаптиране към климатичните промени и смекчаването на катастрофичния риск е обект на обсъждане на високо равнище, като *значим глобален проблем*, от десетки години. Много правителства, международни организации и представители на застрахователната индустрия подкрепят концепцията за „*устойчивото застраховане*“ като стратегическо направление за развитие. Устойчивото застраховане предполага всички дейности на застрахователите, включително тяхното взаимодействие с общините, да бъдат социално отговорни и предприемани след предварително проучване на възможностите за редукция на катастрофичните рискове. Най-характерното за този тип застраховане е неговата цел – устойчиво развитие на бизнеса чрез съхраняване на естествените предпазни буфери и насърчаване на предприемаческите инициативи в стабилна среда. Някои от приетите международни документи с препратки по темата за устойчивото застраховане са Принципите за устойчиво застраховане на ООН, Принципите ClimateWise, Официалната позиция на застрахователите по въпроса за по-ефективното пасторство с държавата и общините, Отчета за катастрофичните рискове на Женевската асоциация и др. (Капоџа 2014: 230).

За да се възползват общините в пълна степен от потенциала на застрахователите да ускоряват процесите на устойчиво развитие, е необходимо да се осъзнае и признае ключовата им роля за ефективното управление на катастрофичните рискове и да им се делегират достатъчно правомощия в този процес. Застрахователното сътрудничество има признати предимства и трябва да му се даде шанс, за да се наложи и заработи. Процесът на публично-частното партньорство със застрахователите няма да е гладък и лишен от трудности, но е постижим и оправдан. Основните въпроси за разрешаване са свързани с бавното сближаване и интегриране на взаимните интереси, някои законодателни ограничения,



недоверието на населението към частните финансови институции, корупционните практики в общинската администрация, бързо намаляващия буферен капацитет на екосистемите, резките промени на катастрофичните рискове, навлизането на технологиите като мултипликатор на вредоносните събития и др.

### **Използвана литература**

1. Han, L., Donghui, Li., Fariborz, M. and Tian, Y. (2010). Insurance development and economic growth. //The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice, 35(2).

2. Kanojia, R. (2014). Insurance and its role in sustainable development. //Global Journal of Finance and Management, 6(3).

3. Santam Group, CSIR and UCI. (2011). Insurance in a changing risk landscape: local lessons from the Southern Cape of South Africa. //WWF South Africa and United Nations Environment Programme Finance Initiative Report.

4. UNRP Finance Initiative. (2012). Principles for Sustainable Insurance. <[www.unepfi.org/psi](http://www.unepfi.org/psi)>.

5. UNRP Finance Initiative. (2014). Harnessing the full potential of the insurance industry in disaster risk management. //A global sustainability framework and initiative.

# СИСТЕМИТЕ ЗА КОНТРОЛ В ПОДДРЕПА НА УПРАВЛЕНИЕТО НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ

*Валерия Динева*

## CONTROL SYSTEMS IN SUPPORT SUSTAINABLE DEVELOPMENT MANAGEMENT

*Valeria Dineva*

### **Abstract**

The establishment and effective operation of management and control systems is essential to ensure sustainable development at global, national and regional levels. Applying an integrated approach to system management and control is a key factor for their sustainable development. The use of integrated control frameworks helps manage sustainable development.

*Key words: control systems, sustainable development, internal control, integrated control frameworks.*

Контролните системи се изграждат и функционират с цел да подпомагат развитието на системата, която е обект на контрол като съдействат за постигането на нейните цели. Основно това се постига, чрез използване на комплекс от процеси, дейности, технологии, хора, които да контролират и регулират качествата на системата. Качествата на системите, които са обект на контрол и регулиране са: надеждността на системите; точност на системите; пропускателна способност на системите; акумулираща способност на системите; интегративната способност на системите; параметрично постоянство на системите (Динев, 2015, стр. 115-132).

В организационен аспект концепцията за устойчивото развитие се разгръща и еволюира. От фрагмент, декларираните позиции и намерения, тя преминава през разработването на целеви показатели, индикатори за изпълнение, планиране, въвежда системи за наблюдение, измерване и отчитане и стои в основата на цялостни стратегии за устойчиво развитие. Цялостната организация, плани-

ране и контролиране на устойчивото развитие, чрез прилагане на системен и структуриран подход определя управлението на устойчивото развитие. Устойчивото развитие се обособява като система, която постепенно се интегрира с останалите системи на глобално, централно, регионално, областно и местно териториално ниво, както и на корпоративно ниво.

За да функционира ефективно системата за устойчиво развитие е необходимо поставянето на ясни и характерни за нея цели, процеси на планиране, мониторинг, комуникации, докладване, обучение и осведоменост на персонал и др. Всичко това се постига чрез изграждане на адекватна контролна система, която функционира ефективно. В осъществяването на този процес от съществено значение е въвеждането и прилагането на подходящи контроли, които излизат извън рамките на чисто финансов аспект. Контролът се насочва към социалните цели и измерения и с това се проявява неговата социална същност. Тази теза най-точно е формулирана от проф. Михаил Динев „Така в икономическата система има освен производствени връзки (обект на икономическата наука), още технологически, социологически, трудово правни, личностни и междуличностни отношения, проблеми свързани с околна среда и устойчиво развитие, с корпоративна социална отговорност и т.н. пъстра хетерогенност и в същото време те всички се направляват и управляват в една посока, с една цел. Поради това контролът вече отдавна не е само финансов.....“ (Динев 2015, стр.19).

На национално ниво устойчивото развитие е отразено в Национална програма за развитие: България 2020, като то се свързва преди всичко с регионалното развитие и отделните сектори на икономиката. Основният документ, който определя стратегическата рамка на държавната политика за постигане на балансирано и устойчиво развитие на районите на страната и за преодоляване на вътрешнорегионалните и междурегионалните различия/неравенства в контекста на общеевропейската политика за сближаване и постигане на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж е Националната стратегия за регионално развитие (НСРР) за

периода 2012-2022 г. (Министерство на регионалното развитие и благоустройството, 2012). В тази стратегия се определят цели, приоритети и специфични цели, в подкрепа на постигането на целите на стратегията „Европа 2020” в съответствие с постановките на “Териториален дневен ред Европа 2020” и на Националната програма за развитие “България 2020”. Главната стратегическа цел, формулирана в НСРР е именно „Постигане на устойчиво интегрирано и балансирано регионално развитие с използване на местния потенциал и сближаване на районите в икономически, социален и териториален аспект.” За осъществяването на тази цел е необходимо прилагането на интегрирани походи, обединяващи хора, организации, общества, ресурси в постигането на икономически резултати и същевременно реализирането на социални ефекти . В търсенето на икономически и социални резултати се прилагат и синхронизирани подходи, напр. „регионалната политика на Европейския съюз (ЕС) се основава на принципа на солидарността, като част от бюджета на Общността се насочва към по-слабо развитите региони и социални групи. За нейното провеждане ЕС отделя около една трета от своя бюджет“(Петкова И, 2015, стр.106). Същият принцип се прилага при изчисленията на индикативния ресурс за постигане целите на НСРР и по-конкретно при разпределението на необходимите ресурси за постигане на целите и приоритетите на НСРР по райони от ниво 2 (Министерство на регионалното развитие и благоустройството, 2012)

На корпоративно ниво необходимостта от управление и контрол на устойчивото развитие се обуславя от различни фактори:

На първо място може да се посочи наложилата се през последните години потребност, осмислена и осъзната от акционери, инвеститори и външни заинтересовани страни, за докладване от страна на организациите относно корпоративни социални отговорности и въпросите на устойчивото развитие. Както посочва Али Вейсел „С времето се променя начинът по който се прави бизнес. В резултат на това значение придобиват и много нефинансови показатели.“ (Пейчева М.; Вейсел А., Динева В., 2016, стр.96).

На второ място, може да се посочат резолюциите на Европейския парламент от 6 февруари 2013 г. относно, "Корпоративната социална отговорност: отчетно, прозрачно и отговорно бизнес поведение и устойчив растеж" и "Корпоративната социална отговорност: насърчаване на интересите на обществото и път към устойчиво и приобщаващо възстановяване", с които се признава значението на бизнеса, разкриваща информация за устойчивостта, като например социални и екологични фактори, с оглед идентифициране на рисковете за устойчивостта и увеличаване на доверието на инвеститори и на потребители (ЕСПА, 2015).

На трето място, следва да се посочи приетата на 22 октомври 2014 година от Европейския съвет Директива за нефинансово отчитане (Директива 2014/95/ЕС), чиято цел е повишаване полезността, последователността и съпоставимостта на информацията. Съгласно тази директива заинтересованите фирми ще трябва да разкриват информация за политики, рискове и резултати по отношение на екологични, социални и въпроси, свързани със служителите, зачитането правата на човека, борбата с корупцията и въпроси за подкупите, както и други разнообразни въпроси за Съвета на директорите.

Очакваният ефект е, че това ще доведе до по-голяма прозрачност и ефективност на предприятията от ЕС по отношение на околната среда и социалните въпроси, като това ще допринесе ефективно за дългосрочен икономически растеж и заетостта. „На ниво компания, разкриването на тази информация ще означава по-добър контрол и управление. В крайна сметка, компаниите ще реализират ползи в течение на времето, включително по-добра производителност, по-ниски разходи за финансиране и намаляване на въздействието на прекъсването на дейността, както и по-добри отношения с потребителите и заинтересованите страни. Инвеститори и кредитори ще се възползват от по-информирана, всеобхватна и ефективна основа за вземане на инвестиционни решения.“ (ЕСПА, 2015, стр.5)

Всички споменати по-горе фактори и анализи поставят нови предизвикателства и изисквания към контрола, в т.ч. и системите за

вътрешен контрол. Те трябва да бъдат съобразени с целите на устойчивото развитие и да подпомагат неговото осъществяване. Същевременно те трябва да функционират така, че да не се допуска заблуждаване и подвеждане на обществото. Както подчертава Мирослава Пейчева „...трябва да се търсят възможности за свеждане до минимум или дори за недопускане на възможността за манипулиране на общественото мнение и скриване на социално безотговорното поведение под „чадъра“ на добра репутация на корпоративната социална отговорност“ (Пейчева М.; Вейсел А., Динева В., 2016, стр.28)

Действително съвременното общество очаква социално отговорно поведение от ръководствата и управлението на всички нива, на корпоративно, на общинско, на регионално, на национално. Тези очаквания са свързани и с прилагането на стабилен контрол, съобразен с изискванията и потребностите на средата, контрол който да подsigури устойчивото развитие. Във връзка с постигането на тази цел може да се приложат различни подходи. Например, изграждане и функциониране на отделна контролна система, която е насочена конкретно към устойчивото развитие. Друг подход, е „настройването“ на общата контролна система към социалния аспект на контролираната система. В конкретния случай това означава контролната система да интегрира като свой обект устойчивото развитие, като използва конвенционални и специфични контролни механизми.

Резултатите от изследването показват, че системите за управление и контрол (MCS) не са в състояние да адресират по подходящ начин всички аспекти на устойчивото развитие и че организациите предпочитат да управляват и контролират по-малки аспекти на устойчивото развитие, напр. като екологичната отговорност. Същото изследване показва, че само няколко организации осъществяват т.нар. устойчива система за управление и контрол (SMCS), т.е. това е система, която включва всички аспекти на устойчивото развитие. Друг интересен резултат е, че класическите "кибернетични" контроли, както и "административните" контроли са предпочитаният избор в прилаганите системи за управленски

контрол. (Lueg R., Radlach R., 2016)

Съвсем естествено е търсенето на решения, които да са отговор на тези очаквания. Част от възможните решения е изграждането и функционирането на контролни системи и по-конкретно на контролни рамки (модели). По-долу ще бъдат представени някои модели, които са подходящи за контрол, в т.ч. и на устойчивото развитие.

Интерес представлява моделът на Malmi and Brown (Malmi and Brown, 2008 cited in R. Lueg, R. Radlach, 2016, p.158-161, 164, 166-170 and cited in Fredrik Nilsson, 2015, p. 39-40), според който контролите могат да се разглеждат като “пакет“, съдържащ различни видове контроли, групирани в няколко основни групи, а именно: културни контроли, планови, кибернетични контроли, възнаграждения и административни контроли. Моделът е подходящ за приложение при управление и контрол на устойчивото развитие, тъй като визира широк спектър от контроли, покриващи както финансовите, така и нефинансовите аспекти в организацията. Класическият му характер го прави приложим за различни видове организациите независимо от сектора.

Моделът CAF (Common Assessment Framework, CAF) е инструмент за цялостно управление на качеството, разработен от публичния сектор за публичния сектор (European Institute of Public Administration, 2013). Моделът CAF включва девет критерия, групирани в две групи. Първата група са критерии(5), т.нар. благоприятстващи фактори, които се отнасят до управленските практики вътре в организацията. Втората група критерии(4) са ориентирани към резултатите и по-конкретно резултатите, свързани с хората в организацията, резултати, ориентирани към гражданите/потребителите, резултати, свързани със социалната отговорност и ключови резултати от изпълнението. Както е видно е от структурата на модела той е подходящ за използване при управление и контрол на устойчивото развитие, тъй като е силно социално ориентиран и до голяма степен е в съответствие с концепцията на заинтересованите страни. За организациите в публичния сектор и особено за общините, където удовлетво-

реността на гражданите и обществото е ключова цел, приложението на CAF е много подходящо и същевременно с конкретни ползи за насърчаване на устойчивото развитие. Този модел би могъл да се използва и като съпътстващ модел.

Стандартът ISO 26000, „Социална отговорност“, представлява методологическа рамка, приложима както за частния, така и за публичния сектор. Основните области, описани от ISO 26000, а именно: управление на организацията, човешки права, трудови практики и взаимоотношения, околна среда, лоялни практики на организацията, въпроси, свързани с потребителите, приобщаване на общността и нейното развитие. Едно от най-големите ѝ предимства е, че „предоставя хармонизирани, глобално релевантни методически указания за организациите от частния и публичния сектор от всякакъв вид въз основа на международен консенсус сред експертни представители на основните групи заинтересовани страни, и по този начин насърчава прилагането на най-добрите практики в социалната отговорност в световен мащаб“. (Open compliance and Ethics Group, OCEG, 2009 cited in Sawyer Larry 2012, p.145)

Освен Стандарт ISO 26000, „Социална отговорност“, може да се прилагат и други стандарти със социална насоченост. Social Accountability International, нетърговска организация, е създала SA8000 като международен стандарт за подобряване на условията на работа. ISO 14 000 е семейство стандарти за създаване на системи за управление на околната среда. За целите на докладване на КСО и особено при потвърждаване достоверността на докладите се счита, че е подходящо използването на стандарти AA 1000 ( AccountAbility международна организация с нестопанска цел, разработила серия от стандарти AA1000) Важен принцип в стандарти AA1000, е хората да имат думата при вземането на решения, които оказват въздействие върху тях. Друг съществен принцип е, че организации трябва да действат прозрачно по съществени въпроси.

Моделът COSO (2013) - Интегрирана рамка за контрол (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), “Internal Control—Integrated Framework, 2013) има три основни



цели а именно: оперативни цели, цели свързани с докладването и цели свързани със съответствието. Може да се каже, че и трите цели, макар и с конкретна специфика, имат в определена степен и социален характер. И докато оперативните цели имат „вътрешно“ за организацията социално значение, то останалите са насочени към обществото. Целите на съответствието са свързани с необходимостта вътрешният контрол да осигурява спазването на различни нормативни и регулаторни изисквания, особено в отрасли и предприятия с обществена значимост, чиито дейности имат конкретно въздействие върху хората и околната среда. Целите свързани с докладването, претърпяват изменение с новото издание на рамката(2013 година). Докладването вече се разглежда в широк аспект, отвъд контекста на финансовото докладване. Така може да се приеме, че новата рамка е социално ориентирана, тъй като отговаря на потребността от докладване и на нефинансова информация, каквато напр. представлява информацията и отчетите, свързани КСО и устойчивото развитие.

От петте компонента, а именно контролна среда, оценка на риска, контролни дейности, информация и комуникация, мониторинг, безспорно „най-социален“ е компонентът контролна среда. Това е средата, която следва да осигури структура и дисциплина, които да благоприятстват постигането на основните цели на системата за вътрешен контрол. Два от принципите формулирани към този компонент имат съществено социално значение, а именно: Организацията демонстрира ангажимент за почтеност и етични ценности (Принцип 1) и Организацията демонстрира ангажимент за привличане, развитие и задържане на компетентни лица в съответствие с целите (Принцип 4). Анализът на модела може да продължи, но и дотук казаното го характеризира като подходящ за управлението и контрола на устойчивото развитие. Следва да се отбележи, че в България организациите от публичния сектор, в т.ч. и общините са възприели и прилагат именно рамката COSO.

Рамката COBIT 5 (ISACA 2012) съчетава добрите практики на управление, в т. ч. и контрол в областта на информационните технологии. С последно ѝ издание рамката излиза отвъд границите

на информационните технологии, като се превръща в бизнес рамка. Много са положителните страни на тази рамка и тук ще отличим някои от тях. От гледна точка на устойчивото развитие, значимостта на СОВИТ 5 се определя от факта, че е базирана на концепцията на заинтересованите страни и удовлетворяването на техните потребности. Целта е създаване на ценности, обединяващи финансовата изгода, оптимизация на ресурсите и оптимизацията на рисковете. В СОВИТ 5 са въплътени четирите принципа на проекта за устойчиво развитие на ООН за изграждане на институционални рамки, които са подходящи за предизвикателствата на устойчивото развитие (Graciela Braga, 2015), а именно подобряване на ръководството, подобряване на системите за измерване, наблюдение и оценка, оценка на ролята на публичните и частните участници и увеличаване устойчивостта на човешките и природните системи (United Nations, 2012 p.32). За повече детайли относно цялостния анализ на основни концептуални аспекти на СОВИТ 5, в търсене на съответствие с принципите на институционалното изграждане за устойчиво развитие, вж. (Пейчева М.; Вейсел А., Динева В., 2016, стр.276). Друга силна страна на СОВИТ 5 е включването на т. нар. „каскада на цели“, при използването на която се търси съчетаване на целите на предприятието с тези на заинтересованите страни. В този смисъл рамката е подходяща за интегриране на устойчивото развитие в цялостното управление и контрол. В потвърждение на казаното е и факта, че СОВИТ 5 включва в своята концепция седем благоприятстващи фактора, като два от тях са пряко свързани с търсенето на социални ефекти, а именно: факторът наречен „Култура, Етика и Поведение“ и факторът наречен „Хора, Умения и Компетентности“. Освен това рамката предвижда процеси със специфична насоченост, имащи значение за устойчивото развитие.

В заключение може да се обобщи, че осигуряването на устойчиво развитие е свързано с установяването на ефективно функциониращи системи за управление и контрол. Задачите на тези системи са трудни и разнопосочни. За да подкрепят устойчивото развитие е необходимо осъществявания контрол да оказва въздействие върху всички аспекти в организацията, икономически,

социални, екологични. От съществено значение е поддържането и регулирането качествата на системата, а именно надеждността на системите; точността на системите; пропускателната способност на системите; акумулиращата способност на системите; интегративната способност на системите; параметричното постоянство на системите. Всички те са изключително важни, но от гледна точка на регионалното устойчиво развитие акцентираме по-конкретно върху някои от тях. Поддържането, контролът и регулирането на пропускателната способност на системите е важно от гледна точка на осигуряване на синхронност. Именно синхронността може да осигури триединството, т.е на балансирано развитие и устойчиви резултати в трите измерения - икономическо, екологично и социално. „Синхронността е свързана и с комплекса от икономически лостове...Контролът и регулирането имат за обект с равностойно значение както осъществяването на икономически резултати, така и решаването на социалните проблеми в трудовите колективи“. (Динев, 2015, стр. 128). В регионален аспект е необходимо да има синхронност и между различните структури, между всички заинтересовани страни, както и между документи, стратегии, програми и др. Системите за контрол следва да поддържат и регулират интегративната способност на системите, като ценно качество на системите. Интегративната способност се изразява в обединяване, чрез което се търси постигане на синергетичен ефект, или кумулативен положителен ефект (Динев, 2015, стр. 130). За постигане на устойчиво развитие е съществено интегрирането на заинтересованите страни. Напр. чрез обединяване на цели и действията на община, фирми, неправителствени, обществени и браншови организации и др. субекти може да се повишат възможностите за устойчиво развитие на общинско ниво и т.н. Осигуряването на параметричното постоянство на системите се изразява в осигуряване на устойчивост на системата. „Целта е да се настройва системата към устойчиво развитие в ограниченията на определените параметри“. (Динев, 2015, стр. 132-133 ).

Изборът на системи за контрол е важно управленско решение и зависи от поставените цели, от степента на зрялост и големината на

системата (организацията), от сложността на процесите, от ресурсна обезпеченост и т.н. Безспорни са предимствата на интегрираните рамки и модели поради факта, че те съдействат за прилагането на структуриран и холистичен подход при дизайна и функционирането на контролната система. Подбрани и прилагани подходящо, те успешно могат да контролират и регулират системата и да подкрепят нейното устойчиво развитие.

### **Използвана литература**

1. Динев, Михаил „Контрол и регулиране в социалното управление“, издателски комплекс УНСС, София 2015 г.
2. Директива 2014/95/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2014.
3. Министерство на регионалното развитие и благоустройството, Национална стратегия за регионално развитие (НСРР) за периода 2012-2022г Постановление № 696 от 24 август 2012.
4. Пейчева М.; Вейсел А., Динева В., Корпоративна социална отговорност –теория, отчетност и одит, 2016 , ИК АТЛ-50)
5. Петкова И, Европейски проекти, политики и нормативни регулации, изд. Форком 2015.
6. Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), “Internal Control—Integrated Framework (2013),” USA, 2013
7. ЕСИА, Non-Financial Reporting: Building trust with internal audit, 2015.
8. European Institute of Public Administration, 2013, The Common Assessment Framework (CAF) Improving Public Organisations through Self-Assessment.
9. Fredrik Nilsson, Anna -Karin Stockstrand, 2015 Financial accounting and management control : the tensions and conflicts between uniformity and uniqueness, Cham : Springer, 2015.
10. Graciela Braga, CGEIT, COBIT 5 Foundation, CPA , The Time for Sustainable Business Is Now: Leveraging COBIT 5 in Sustainable Businesses , ISACA Journal, Volume 3, 2015.

11. ISACA, COBIT 5 Un référentiel orienté affaires pour la gouvernance et la gestion des TI de l'entreprise, 2012.
12. Lueg R., Radlach R., 2016 Managing sustainable development with management control systems: A literature review, European Management Journal 34 (2016) 158e171.
13. Sawyer Larry Sawyer's, Guide for Internal Auditors, Volume 3, IIA, 6th ed 2012.
14. United Nations, 2012, Back to Our Common Future Sustainable Development in the 21st century (SD21) project.

# ФИНАНСИРАНЕ НА ДЪРЖАВНИТЕ ВИСШИ УЧИЛИЩА В БЪЛГАРИЯ – СЪСТОЯНИЕ И БЪДЕЩИ ВЪЗМОЖНОСТИ В КОНТЕКСТА НА УСТОЙЧИВОТО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

*Елена Консулова-Атанасова*

## FUNDING OF THE PUBLIC HIGHER SCHOOLS IN BULGARIA – CONDITION AND FUTURE OPPORTUNITIES IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

*Elena Konsulova-Atanasova*

### Abstract

The author reviews the current situation of state funding of the higher schools. She recommends that they should be grouped and analyzed by types in order for the state to perform separate financial planning. A claim is made that the next step should be increasing the share of the performance-based funding as well as reviewing the driving factors for the main subsidy in medium and long term. The government should explore the option to set part of the primary funding formula depending on the number of graduates who meet predefined criteria instead of funding only by the number of enrolled students.

*Key words:* higher education, funding, ranking, higher education reform, ratings.

### 1. Състояние на държавното финансиране на висшите училища

Висшето образование представлява ключов фактор за постигане амбициозните и комплексни изисквания на *устойчивото развитие*. То интегрира „развитие, което отговаря на потребностите на настоящето, без да излага на риск способността на бъдещите поколения да удовлетворяват своите нужди“<sup>1</sup>. Тъй като в посо-

---

<sup>1</sup> WCED (1987). World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Oxford University Press

ченото определение се адресират като еднакво важни настоящето и бъдещето поколение, отговорността на образованието за изграждане на способности у тях не подлежи на съмнение. Висшите училища са център на научно-изследователска и преподавателска дейност, на обучение и възпитание на личности. В този смисъл *по подразбиране* те са призвани да оказват подкрепа за постигане целите на устойчивото развитие. За да могат висшите училища да изпълнят социалната си отговорност към развитието, те трябва да са осигурени със стабилно финансиране, ориентирано към качествени резултати на изхода.

Целта на настоящия доклад е да представи състоянието във финансирането на висшето образование у нас с оглед приноса му за устойчивото развитие. Обект на анализ е държавната субсидия за висшите училища, а предмет са факторите и индикаторите за нейното формиране и количествено оценяване.

Държавното финансиране на висшите учебни заведения в България се подчинява на правилата, заложиени в Закона за висшето образование. Финансирането е въз основа на броя на приетите за обучение студенти и докторанти и представлява част от процедурата по приемане на Закона за държавния бюджет. Процедурата изисква *взаимодействие* между правителството и висшите училища, които разполагат с академична автономия<sup>2</sup>.

Държавната субсидия съставлява преобладаващата част от приходите на висшите училища и се състои от четири главни елемента:

- Основна субсидия - определяна съгласно норматив за издръжка на студент.
- Субсидия за научна дейност – определя се на база проекти и обезпечава основните потребности на висшето училище за осъществяване на научно-изследователска дейност, публикации,

---

<sup>2</sup> Член 91 от ЗВО подробно описва процедурата, по която се отпуска държавната субсидия за висшите училища: Министерският съвет определя размера на субсидиите за различните професионални направления, както и рамките на приема, а точният брой студенти по специалности се задава по решение на самите университети.

отпечатване на учебници и научно-изследователски разработки.

- Социална субсидия – отпуска се за социални разходи на студентите, включително и за стипендии и общежития. Размерът ѝ се определя ежегодно пропорционално на броя на студентите, записани във висшето училища.

- Капиталова субсидия - покрива потребностите на висшите училища от капиталови инвестиции.

В допълнение към субсидията студентите, приети за обучение в държавните висши училища, следва да заплащат такси за обучението си. В България таксите се въвеждат за пръв път през 2000 г. и почти не срещат съпротива. Те са по-ниски от европейските и дори след последното покачване не са се превърнали в спирачка за увеличение броя на записалите се студенти.

Сама по себе си стойността на държавните субсидии за висшите училища у нас поне на пръв поглед не е повод за притеснение. *До 2011 г. разпределението на средствата за висше образование се планира единствено въз основа на предварително заложените квоти за определен брой студенти по професионални направления във висшите училища.* Те са формулирани като „държавна поръчка“<sup>3</sup>. Тези квоти се определят централно, а не на пазарен принцип или на място - във висшето училище. Последниците са, че в икономиката периодично се получава небалансираност - големи излишъци от специалисти в едни области и недостиг на такива в други. Липсата на динамично съответствие между търсене и предлагане на завършили бакалаври и магистри ограничава приноса на висшето образование за процеса на устойчиво развитие у нас.

Същевременно държавата поставя частните висши училища в по-неблагоприятна изходна позиция, като субсидира *единствено държавните* висши училища. Това се отнася не само до

---

<sup>3</sup> Финансирането по тази методика ("базов норматив за издръжка на един студент, умножен по броя студенти") бе въведено със Закона за висшето образование, приет в края на 1995г. С постановление 162 на МС от 2001 г., актуализирано през 2007 г., бе въведена сегашната схема, създадена тогава в МОН –произведение на базовия норматив по коефициенти за всяко направление.



отпусканите субсидии – държавните университети получават и *безвъзмездно* държавни имоти и сгради, в които извършват образователна дейност. Посредством публичната субсидия и другите материални придобивки *се изкривява* пазарът на образователни услуги и се нарушава принципът за *равенство на конкуренцията*. В допълнение, данъчната тежест, необходима за субсидиране на висшето образование, се споделя от всички, а от нея се ползва само онази част от студентите, които изберат държавен университет. Така имплицитно се „*награждава*“ изборът на държавно висше училище пред частно такова. В условия на осигурени приходи и материална база у държавните университети ерозират стимулите за предлагане на качествена и съобразена с потребностите на пазара образователна услуга.

Изводът е, че *броят студенти в съчетание с формата на собственост са анахронични критерии* за определяне размера на държавно финансиране на съвременните висши училища. Подобна инерция във финансирането рязко контрастира на изискванията към университетите да обучават и възпитават поколения, способни да направляват устойчивото развитие.

## **2. Показатели за представянето във висшето образование на европейските страни<sup>4</sup>**

По същото време в Европа се появяват иновации в разпределението и предоставянето на средствата за висше образование. Там правителствата използват финансирането като основен инструмент, насочващ и стимулиращ по-високи резултати от образователните и изследователски практики на висшите учебни заведения. По-долу е представена информация за европейския опит в това отношение.

---

<sup>4</sup> Jongbloed, B. W. A. (2010). Funding Higher Education: A View Across Europe. Brussels: ESMU.

**Показатели за формиране на държавната субсидия  
в някои европейски държави<sup>5</sup>**

държава	показатели за определяне на държавната субсидия
Австрия	Сключване на индивидуален тригодишен договор между университета и министерството с конкретно поставени цели за университета и фиксирана сума за субсидия;
Дания	Брой студенти с успешно положени изпити; Брой датски студенти заминали на обмен и чужди студенти приети на обмен;
Швеция	Аудиторна заетост и постижения на студентите; Персонал (академичен и обслужващ); Брой публикации, цитирания, размер на спечелено финансиране след конкурс;
Норвегия	60% фиксиран компонент; 25% брой кредити; 15% изследователска работа;
Германия	Брой приети/записани студенти; Брой успешно завършили студенти; Договори с университетите за постигане на определени цели в представянето;
Холандия	Брой успешно завършили студенти; Брой степени (ОКС Бакалавър/Магистър, ОНС Доктор);
Италия	Брой приети/записани студенти; Резултати от изследователска дейност;
Чехия	Брой приети/записани студенти; Брой успешно завършили студенти;

**Източник:** *Claeys-Kulik, A. & Estermann, T., 2015, Define Thematic Report: Performance-based Funding Of Universities In Europe*

Систематизацията в таблица 1 не претендира за изчерпателност. Въпреки това, тя показва разнообразие от показатели, заложили при изчисляване размера на държавното финансиране за висшите учи-

<sup>5</sup> Данните са взети от Claeys-Kulik, A. & Estermann, T., 2015, Define Thematic Report: Performance-based Funding Of Universities In Europe

лица в Европа. Ето защо може да се направят и някои обобщения:

**Първо**, индикаторите за количествена оценка на *входящите ресурси* във висшето образование не са загубили валидност: брой приети/записани студенти, академичен и обслужващ персонал (Чехия, Италия, Швеция).

**Второ**, независимо от историческия уклон върху „входа“, се осъществява *преход* към показатели, ориентирани към „изхода“. *Италианската система* на финансиране постепенно въвежда критерии (и показатели) за оценяване на изследователската работа. Критериите за резултати от преподавателската работа отскоро се прилагат и в *Чехия*.

**Трето**, интересно наблюдение е, че страни, които са известни като *социални* държави, акцентират на комбинация от показатели на представянето на „изхода“ (Швеция, Норвегия). Това представяне се отнася както за *студентите* (брой кредити при успешно положени изпити, брой завършили бакалаври и магистри, присъдени докторски степени), така и за *академичния състав* (брой публикации, цитирания, спечелено след конкурс финансиране за научни изследвания от ЕС и/или от Съвета за изследвания и др.). За разлика от скандинавските страни, в *германските провинции* финансирането се формира като микс от ориентирани едновременно към *входа и изхода* механизми на разпределение. Предвидимостта на университетското финансиране в Германия се институционализира със *споразумения/договори* за постигане на предварително определени цели в представянето. Постигнатите договорености създават сигурност у висшите училища, че обновяването на учебни програми и планове, провеждането на изследователски проекти от значение за устойчивото развитие са финансово обезпечени.

Като член на ЕС България е неразделна част от европейското образователно пространство. Там размерът на държавната субсидия все повече зависи от резултатите (представянето) на изхода, като това показва важна посока на промяна и у нас. Въпреки че реформите във финансирането на висшето образование у нас се случват с известно закъснение спрямо другите европейски държави,

България стартира процеса и е адекватна с предприетите мерки. Стъпката по преминаване от финансиране, основано единствено на база брой студенти, към комбинирано финансиране на база брой студенти и комплексна оценка на качеството е доста амбициозна крачка, която би могла да доведе до т. нар. „саморегулиране“ на системата. Причината е, че достатъчно финансиране ще получават висшите училища с високи резултати за качество, а останалите ще бъдат принудени да оптимизират структурите си и да прекратят обучението на студенти в професионални направления, за които не могат да се конкурират по качество.

### **3.Интегриране на устойчивото развитие във финансирането на висшето образование**

Едва до преди няколко години финансирането на висшето образование у нас е по-скоро инерционно и се разминава с предизвикателствата, пред които устойчивото развитие изправя поколенията. Осъществяваните промени са частични и целят временно разрешаване на текущи проблеми, а не общо подобряване функционирането на висшето образование.

Под влияние на добрите европейски практики, целящи поставянето на университетите в конкурентна среда, у нас макар и постепенно, започват да се прилагат критерии и показатели, ориентирани към *изхода* на висшето образование. Те целят *качество и устойчивост на качеството* в научно-изследователската и преподавателската работа. Така университетите в по-висока степен може да гарантират подготвени кадри, които да реализират амбициозните цели на устойчивото развитие.

Постепенното интегриране на устойчивото развитие във финансовата практика на висшето образование започва през 2011 г. Тогава правителството взема решение<sup>6</sup> да задели бюджет от 10

---

<sup>6</sup> Постановление № 168 на Министерския съвет от 17.06.2011 г. за предоставяне на средства от държавния бюджет за 2011 г. за модернизация и оптимизация на държавните висши училища и за определяне на условията, критериите и реда за предоставянето им.

млн.лв. (3% дял от целия пул за субсидии), за да адресира съществуващата неефективност в сектора, като подкрепи структурни корекции и реорганизация на държавните висши училища. Последната се изразява във вътрешни сливания и/или закриване на факултети и департаменти. За структурните промени е предвиден 1% от общия пул за субсидии. Наред с това се разработват и *стимули* за най-добре представящите се факултети във висшите училища. За целта се заделят и разпределят допълнително 2% от общия пул на субсидията.

Това начинание представлява важен пробив във финансовите отношения между правителството и държавните висши учебни заведения, даващ възможности за бъдещо развитие чрез вътрешно реструктуриране. През 2012 г. тази инициатива е доразвита, като пултът за възнаграждаване според *представянето* се разширява (фигура 1). В същото време основните показатели за *разпределение* на средствата, *базирани на представянето* на висшите училища, се усъвършенстват след създаването на *рейтинговата система на висшите училища* и приемането на „ключови“ *нормативни документи*<sup>7</sup>.

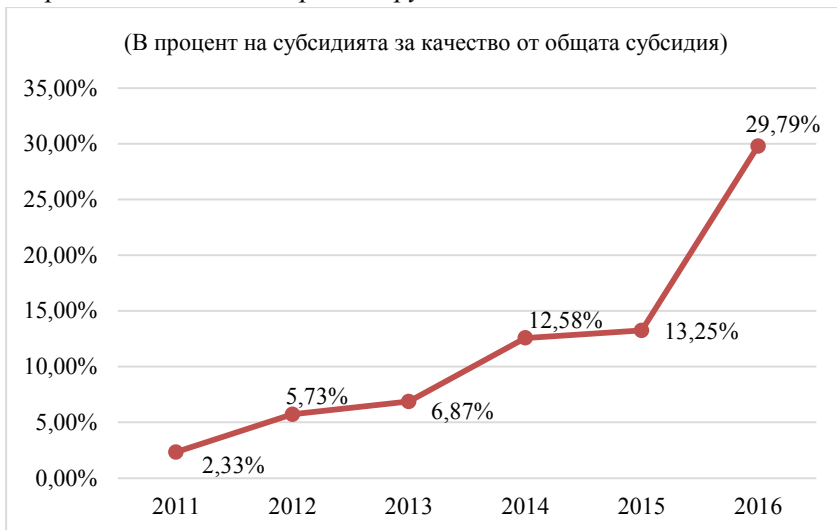
Рейтинговата система е основен лост за обвързване на промените във финансовото обезпечаване на висшето образование с повече пазарни елементи и прозрачност. Тя е създадена през 2010 г. и представлява база данни за всички университети в България, включваща оценки по 49 индикатора, които се отнасят както общо за университетите, така и за отделните специалности в тях. Тези индикатори оценяват учебния процес, научните изследвания,

---

<sup>7</sup> Постановление № 121 на Министерския съвет от 25.06.2012 г. за определяне на средствата от държавния бюджет за издръжка на обучението в държавните висши училища в зависимост от комплексна оценка за качеството на обучението и съответствието му с потребностите на пазара на труда, по-късно заменено от Постановление № 328 на МС от 30.11.2015 г. за определяне на средствата от държавния бюджет за издръжка на обучението в държавните висши училища в зависимост от комплексна оценка за качеството на обучението и съответствието му с потребностите на пазара на труда.

учебната среда, социално-битовите и административните услуги, престижа, реализацията на пазара на труда и регионалната значимост. Основните индикатори, свързани с устойчивото икономическо развитие, са подкрепа за кариерно развитие, престиж на висшето училище сред работодателите, приложение на придобитото висше образование и реализация по призвание, принос към осигурителната система, осигурителен доход на завършилите, безработица сред завършилите и други. Системата позволява прецизно сравнение на висшите училища и би могла да се ползва като индикатор за ефективността на държавните субсидии.

Създаването на рейтинговата система отчасти провокира и усъвършенстване на законодателната уредба, която в по-голяма степен да отговаря на предизвикателствата на устойчивото развитие. Промените в нормативната рамка, произтичащи от приемането на Постановление №121 на Министерския съвет от 2012 г. и постановление № 328 на Министерския съвет от 2015 г. правят *финансирането на висшите училища функция на комплексната оценка за качеството на обучението и съответствието му с потребностите на пазара на труда.*



**Фиг. 1. Относителен дял на субсидията за качество от общата субсидия**

*Източник: Министерството на образованието и науката*

От 2011 г. насам ежегодно, на база данните в рейтинговата система и разпоредбите в цитираните постановления, се формира и изплаща на всяко държавно висше училище допълнителна субсидия въз основа на качествени и пазарно–ориентирани критерии.

От фигура 1 е видно, че дялът на тази субсидия нараства значително и от едва 2,33 % през 2011 г. се увеличава до 29,79 % през 2016 г. Целта е до 2020 г. тя да се удвои и да достигне до 60 % от общия дял от средствата за издръжка на обучението<sup>8</sup>. По този начин финансирането на база резултати на изхода става *предвидим и мотивиращ фактор* в автономните решения относно учебната и научно-изследователска дейност на българските висши училища.

#### **4.Усъвършенстване финансирането на висшето образование у нас в контекста на устойчивото развитие**

Адаптирането и имплементирането на добри финансови практики, съответстващи на концепцията за устойчиво развитие, е сложен и дългосрочен процес. При такива условия всяка количествена прогноза ще е несъстоятелна, предвид голямата вероятност от грешка. Въпреки това въз основа на досега направения анализ на българската и чуждестранна практика на държавно финансиране във висшето образование може да се изведат насоки за по-ефективно разпределение на средствата за висше образование.

*Първо*, би било погрешно да се разчита на сегашната нормативна уредба, защото тя поставя висшите училища под общ знаменател. За да се отчетат особеностите и различията им, за целите на финансирането държавните висши училища следва да се групират по видове (класически, технически, медицински, икономически, военни, селскостопански университети, университети по изкуствата и т.н.). Приемът и финансирането следва да са в

---

<sup>8</sup> Целта е заложена в Стратегия за развитие на висшето образование в Република България за периода 2014 – 2020 г., (2014), приета с Решение на Народното събрание, обн., ДВ, бр. 18 от 10.03.2015 г.с. 31.

непосредствена зависимост от прогнозата на институциите на трудовия пазар за търсене на съответните специалисти с висше образование.

**Второ**, в краткосрочен и средносрочен план правителството би могло да обмисли увеличението на дела на компонента, основаващ се на представянето, в съчетание със сключване на *договори за добро* изпълнение на висшите училища<sup>9</sup>. Подобна практика съществува в Германия и Австрия.

**Трето**, подобно на Холандия част от *основната* субсидия у нас може да зависи от *броя на завършилите студенти*. Това предложение обаче е „нож с две остриета“, ако не се вградят достатъчно силни буфери срещу занижена взискателност, тъй като тя от своя страна противоречи на изискванията за устойчиво развитие.

**Четвърто**, далеч по-реалистично е да се диференцира субсидията за научна дейност според качеството на изхода на висшите училища. Това може да стане въз основа на обективни показатели за научните резултати – брой публикувани и реферирани научни статии в международните бази данни, брой получени цитати според тези бази, брой подадени заявки за международни патенти и др.

**Пето**, с оглед възпитаване на поколения, способни да направляват устойчивото развитие, следва да се стимулират регионалните научни центрове. По този начин се насърчава „износът“ на приложна наука от центъра към региони и други административно-териториални единици. В допълнение се гарантира развитието на научно-изследователската и развойна дейност, която е поставена в непосредствена връзка с потребностите на пазара и бизнеса.

Систематизираните идеи за по-ефективно държавно финансиране биха могли да повишат мотивацията на учащите и преподавателите, както и да съдействат в дългосрочен план за по-качествено висше образование, което е в духа на устойчивото развитие.

---

<sup>9</sup> Николов, А., Институт за пазарна икономика (2013) – Финансиране на висшето образование: международният опит и българските перспективи



## Използвана литература

1. Министерство на финансите Преглед на публичните разходи: Образованието - състояние, проблеми и възможности, 2004 г.;
2. Николов, А. - Финансиране на висшето образование: Международният опит и българските перспективи, Институт за пазарна икономика април 2013 г.;
3. Световна банка Укрепване на висшето образование в България: Варианти за подобряване на моделите на управление, контрола на качеството и финансирането на висше образование, септември 2012 г.;
4. Binder, D., - The Disinvestment In Public Higher Education, Chapman University School of Law, 2006;
5. Beath, J., Poyago-Theotoky, J. and Ulph, D. - University Funding Systems and their Impact on Research and Teaching: A General Framework, 2006;
6. Vališová, D. - Theoretical Aspects Of Financing Higher Education, Young Economists Journal / Revista Tinerilor Economisti, Vol. 7 Issue 12, p111-116, April 2009;
7. Wellings, P. and Bacon, P. - Securing a sustainable future for higher education – An Independent Review of Higher Education Funding & Student Finance, October 2010;
8. Demange, G., Fenge, R. and Uebelmesser, S. - Financing Higher Education in a Mobile World, Journal of Public Economic Theory, Vol. 16 Issue 3, p343-371., Jun2014;
9. Jongbloed, B. and Vossensteyn, H. - University funding and student funding: international comparisons, Oxford Review of Economic Policy., Vol. 32 Issue 4, p576-595. 20p, Winter 2016;
10. Claeys-Kulik, A. and Estermann, T. - Define Thematic Report: Performance-based Funding Of Universities In Europe, European University Association, 2015.

# МИСИЯТА НА ФЕРМЕРСКИТЕ ПАЗАРИ – ЧИСТА ХРАНА И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

*Екатерина Арабска*

## THE MISSION OF FARMERS MARKETS - CLEAN FOOD AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

*Ekaterina Arabska*

### Abstract

The paper examines the development of farmers markets in Bulgaria as a good practice for establishing a new type of relationships between producers and consumers of farm products and as a business model with the potential to contribute to achieving sustainable development. Issues about the nature of the farmers markets, the objectives and the way of functioning are discussed through key examples and initiatives organized in the country. The contemporary trends, challenges and problems in the consolidation of the farmers markets are presented, and main conclusions are summarized on the necessary support and actions for the promotion of the farmers markets.

**Key words:** *farmers markets, sustainable development, food, alternative food networks.*

### Въведение

Търговията и пазарите на храни са толкова древни, колкото и самото земеделие, още от времената, когато човешките общества започват да се специализират в земеделието, преодолявайки ограничеността на осигуряване на храна за собственото си съществуване, и встъпвайки в търговия, така че пазарите се превръщат в основен елемент на обществения живот. В наръчник за стартиране на фермерските пазари (2005) се посочва, че днес фермерските пазари са разглеждани като решение на многостранния проблем на нарастваща изолация в съвременното общество и култура – изолация от други хора, от околна среда и от източници на храна. Затова хората ги възприемат като място за

събиране на семейства, съседи и приятели; среда, където може да се установят вдъхновяващи връзки и да се доближат до корените си. Ръстът и успехът на фермерските пазари впечатлява, но много често самото понятие приема различни форми. Това, което е отличаващо обаче, е свързано с: предлагане на местна храна (произведена на определена територия); продажби директно от производителя (някой, който е ангажиран пряко в производството); функциониране в съответствие с местното законодателство и стандарти. Фермерските пазари са особено подходящи за малки производители или експериментиране с малки обеми от нови продукти, които биха били рискови за големи производства. Ползите от фермерските пазари могат да бъдат разглеждани в няколко аспекта: за потребителя (богат избор на прясна и достъпна храна и възможност за срещи с приятели), за фермера (по-добри възможности за продажби, диверсификация и контакт с потребителя отколкото по други канали – и по отношение на цени, и по отношение на взаимодействия и придобиване на бизнес умения); за обществото (връзка между производство и потребление, изграждане на сплотени общества, насърчаване и запазване на местни производства, традиции и култура и т.н.). Освен това фермерските пазари допринасят за осигуряване на разнообразие в земеделските производства, преодолявайки силната специализация, и хранителна сигурност. Цялостната хранителна система е толкова комплексна, че много политически и икономически фактори водят до ограничаване на броя на малките и на семейните ферми, но именно фермерските пазари са тези, които предоставят възможност чрез избора на потребителите да се изградят по-независими местни общности и местни бизнеси, по-сигурни хранителни системи.

### **Алтернативните хранителни мрежи и устойчивото развитие**

Местата за „алтернативно“ производство и потребление на храни са обект на нарастващ интерес сред изследователски и политически среди в последните години (Bos & Owen, 2016). Като примери на такива „алтернативни хранителни мрежи“ (Alternative Food Networks (AFNs)) се посочват фермерските пазари,

земеделието, подкрепяно от обществото (Community Supported Agriculture (CSA), фермерските магазини, където хранителните продукти носят социална и пространствена информация, която ги отличава от конвенционалните агрохранителни системи. По-късите, по-прозрачни, по-локализиранни вериги за доставка, които характеризират алтернативните хранителни мрежи, се основават на идеята за свързване / „повторно свързване“ – фундаментален набор от биологични, социални и морални процеси, които дават възможност на заинтересованите страни да участва в етични и прозрачни системи, където те са по-свързани един с друг и с пазарите и околната среда, в които те функционират (Bos & Owen, 2016). Алтернативните хранителни мрежи са разглеждани като отговор на кризата, засягаща хранителната система, и като обещаваща основа за нова хранителна верига, основана на парадигмата за устойчиво развитие (Matacena, 2016). Техните дейности целят реализирането на процес на релокализация и ресоциализация на практиките за производство, дистрибуция и потребление, насочвайки се към изграждане на по-екологична (щадяща и предпазваща околната среда), социално справедлива и икономически устойчива хранителна система. Алтернативните хранителни мрежи обхващат различни практики за доставяне и продажба на храни, които се различават от основните хранителни системи и се основават на три ключови концепции: достъпност (касае и местата за продажба, и земеделските и хранителни стоки); устойчивост (в икономически, социален и екологичен аспект); качество и връзки между участниците (Barbera & Dagnes, 2016). В различните вериги за доставка на храни потребителите имат различни разбирания за качество, в някои случаи „твърди“ или „меки“ начини за възприемане, но най-общо неща, които са познати, лесни за усещане и констатиране. В традиционните местни пазари и фермерски пазари общата идея за „твърдо“ качество (цени, стандарти, търговски марки) преобладава, докато множествени концепции за „мекото“ качество (традиции, доверие, околна среда, местни общности и продукти) приемат различна форма (Barbera & Dagnes, 2016). Това показва колко е сложно да се даде дефиниция за

качество, но „мекото“ качество определено е от по-голямо значение при алтернативните хранителни мрежи, отколкото при големите хранителни вериги, въпреки че и там потребителите споделят идеята и търсенето му, но неговите прояви са осезаеми именно в нетрадиционните системи, характеризиращи се с пространствена, икономическа и/или социална близост между производители и потребители.

Алтернативните хранителни мрежи се дефинират от гледна точка на късите вериги за доставка на храни като инициативи и практики с потенциал за принос към устойчивото развитие на селските райони във времена, когато все повече се проявява кризата в конвенционалното интензивно земеделие и нараства потребителският натиск за по-голямо разнообразие хранителни продукти с „различно“ качество (Renting *et al.*, 2003). Първата категория къси вериги за доставка на храни (фермерски магазини, фермерски пазари, крайпътни продажби, бокс схеми, домашни доставки, поръчки по имейл, електронна търговия) е в същината си основана на взаимодействието „лице в лице“ като механизъм за изграждане на мрежи между производители и потребители. Потребителите закупуват продукти директно от производителя / преработвателя, а автентичността и доверието се опосредстват чрез лични взаимодействия. Тази категория в широк аспект съвпада с потясната дефиниция на преките продажби, но може донякъде да се разшири чрез приложение на интернет, но в главната си част остава ограничена до индивидуални ферми. Втората категория (групи от фермерски магазини, потребителски кооперативи, CSA, събития, ресторанти, туристически предприятия, кетъринг за институции и т.н.) излиза извън прякото взаимодействие и е основно базирана на връзките, произтичащи от близостта. Разширявайки кратките хранителни вериги на по-големи разстояния предполага изграждане на по-сложни институционални уредби. Хранителните мрежи са предимно базирани на пространствената близост, където продуктите се продават в региона или мястото на произвеждане, а потребителите са запознати с „местната“ природа на продукта в мястото на продажба. Организирането на дейности – събития,

панаири, тематични пътища и др., може да допринесе за регионалната идентичност на продуктите, привлече клиенти и насърчи развитието на мрежата. Такива мрежи могат също да бъдат основани на културна близост. Третата категория (сертификационни знаци, продуктови кодове, репутационни ефекти) още повече разширява обхвата на кратките хранителни вериги към по-обхватни връзки във времеви и пространствен аспект, при което продуктите се продават на потребители извън региона на производство и които може изобщо да нямат лична връзка и присъствие в този регион. Въпреки това те все още се приемат като „къси“ вериги за доставка на храни – не разстоянието, на което се транспортира продуктът е решаващо, а фактът, че в него е заложена стойност и информация, която достига до потребителя, което позволява потребителят да осъществи „връзка“ с мястото на производство, разбиранията и ценностите на хората е него и ползваните производствени методи. Именно успешното предаване на информация позволява продуктите да бъдат различавани от „анонимните“ стоки и да налага „специална“ цена, ако носената информация е приета като ценна за потребителя (Renting *et al.*, 2003).

Друго измерение на късите хранителни вериги е концепцията за качество и принципът, че колкото по-уникален и различен е един продукт, толкова е по-оскъден и по-търсен на пазара. Продуктовата диференциация налага изграждане на прозрачни маркетингови връзки около специфичен набор дефиниции за качество, които са приети от участващите страни и комуникирани до потребителя, за да го убедят да заплати цената, на която се предлагат продуктите. Могат да бъдат разграничени две основни разбираня за качество. Първото акцентира на връзката между характеристиките на продукта, мястото на производство (природни условия, културни или гастрономически традиции и др.) и производствения процес (занаятчийски, традиционни, фермерски и др. храни), които са ключови параметри при определяне на качеството на продукта и резултират обикновено в различаващи се вкусове и появи. Втората група дефинира качеството въз основа на връзката на

производството и потреблението на храни с биологичните процеси, т.е. продукти, които отговарят на обществената ангажираност към екологичните проблеми и се различават с производствени методи, опазващи околната среда, като интегрираното и биологичното производство. Тук се включват и разбиранията за натурални и екологични продукти и здравословни и безопасни продукти. Те привличат отчасти и с „романтичните картини“ на традиционното земеделие, но преди всичко изразяват тенденциите към утвърждаването на мултифункционални форми на земеделие с принос към селската природа и пейзаж. Трябва да се подчертае обаче, че не може да има ясно разграничаване, а по-скоро съществуване на „хибридни“ форми на различните характеристики, определящи качеството.

### **Фермерските пазари като инкубатори на местни бизнеси**

С глобалния преход към начин на живот с висока енергийна консумация природните ресурси се изчерпват, а натискът върху системите за производство на храни се засилва. Нарастващото население и промяната в потребителското поведение водят до поява на хранителна икономика, характеризираща се с големи индустриални производствени системи, които често се оказват екологично нестабилни, социално несправедливи и дори експлоататорски (Tozer, 2013). Тези конвенционални хранителни системи са много зависими от достъпа до евтини и изобилни източници на енергия, които не могат да бъдат гарантирани в дългосрочен план. Като част от алтернативните хранителни мрежи фермерските пазари са характеризирани като места за търговия на производители на храни в малки обеми с цел да се „запази“ част от стойността на продукцията, загубвана в конвенционалните хранителни системи (Tozer, 2013). Фермерските пазари са описвани като социално явление за „преход“ към устойчиво развитие. Фермерските пазари са разглеждани като специфичен феномен, инкубатор за нови бизнеси всяка година, които вземат пълната продажбена стойност за своите продукти, прескачайки посредници. Те продължават да се разрастват и като брой, по отношение на

обема продажби и продължителността на сезона. Фермерските пазари обаче са много повече от място за продажба на храни, а са се превърнали в значими обществени институции – място за срещи и социални взаимодействия, добре установена маркетингова система с голям потенциал за развитие. Основните аспекти, водещи до успех на фермерските пазари, са формулирани в доклад как да се продава успешно на фермерските пазари (2009): качество (прясна, чиста и вкусна храна, произведена с внимание), справедлива цена (достъпна за потребителя и носеща достатъчна печалба и конкурентоспособност на производителя), подходяща реклама (предизвикваща доверие у потребителя), хигиена на високо ниво (вкл. осигуряваща условия за пробване на предлаганите храни), поведение на продавача (учтивост и уважение към купувача, които да осигурят неговата лоялност). Към това се добавят и: подходящата визуализация и заинтригуваща информация (вкл. за насърчаване на дискусиите), формирането на собствена идентичност (за добро разпознаване на продуктите и изграждане на стабилни връзки с купувачите), разговори с купувачите и установяване на лоялни взаимоотношения / партньорство, планиране и забавление (Pierson, 2009). Да се стартира фермерски пазар е голямо предизвикателство, като трябва да се вземат предвид различни фактори и дейности, свързани не само с физическото установяване на фермерския пазар, но по отношение на въпроси, свързани с неговото администриране и управление, така че да се осигури неговото развитие и жизненост (Mainville, 2010). Идентифицирани са следните шест ключови момента: създаване на управителен орган, приемане на мисия, формулиране на цели, приемане на нормативни основи, разработване на правила, определяне на ролята на мениджъра на пазара. Проучвания върху профила на потребителя на стоки от фермерски пазари и техните предимства открояват качеството и цената като най-важни фактори (Wolf *et al.*, 2005), социалните връзки и по-устойчивото поведение (Bos & Owen, 2016), както и неосезаеми фактори – възприеманата удовлетвореност от взаимодействието потребител-производител-територия: customer-company-territory interaction (CCTI) (Cassia *et*



al., 2012), но и поставят основни проблемни области, като достъп и удобство (Wolf *et al.*, 2005), характеристики на несигурност по отношение на информация (цена и продукт), снабдяване и качество (Pascucci *et al.*, 2016). Последните повдигат въпроси относно механизмите за функциониране и участие в подобни инициативи (Pascucci *et al.*, 2016), преодоляването на различни бариери (регулаторни режими, логистични и оперативни въпроси) и значението на изграждане на хранителните политики на местно ниво, свързани с другите политики за устойчиво и балансирано териториално развитие (Matacena, 2016).

### **Фермерските пазари в България - практики и инициативи**

Фермерски пазари „Хранкооп“ определят своята мисия като предоставяне на „достъп до чиста храна“, а мотото е „лично от производителите“. Производителите са малки семейни ферми, които предлагат почти изцяло само собствена продукция или се кооперират със съседни ферми за присъствие на пазара. По-голямата част са сертифицирани за биологична продукция, но всички държат на чистата храна, опазването на природата и здравето на хората. Поне веднъж месечно се организират тематични събития – за храната, здравословния начин на живот, културата и др. На пазарите има обособена част от детски екоработилници за популяризиране на устойчив начин на живот. Според Хранкооп късите вериги за доставка на храни имат потенциал да допринесат за по-устойчиви хранителни системи, развитие на селските райони и по-здрави общности чрез: здраве и благосъстояние, екологични ползи, социални ползи, икономически ползи, вкл. трайна промяна на хранителната култура и подобряване на качеството на живот в селските райони.

Фондация LocalFood.bg предлага серия от насърчителни инициативи за развитие на фермерските пазари в страната и публикува на своя сайт Кратък наръчник за организиране на фермерски пазари (13.07.2017), представя първите седем стъпки за стартиране на фермерски пазар: планиране, привличане, разнообразие, локация, правила, законосъобразност, помощ, придружени

от набор документи, необходими за успешното функциониране на един фермерски пазар в страната, вкл. Наръчник за етикетирание. Забележителното е, че тук се ползва собствен опит, придобит при организиране на Фермерския пазар в Пловдив, който се споделя свободно и вдъхновява земеделски производители и преработватели за добро управление и безопасност на храните. Фондацията насърчава микро и малки предприемачи с различни дейности.

Друга интересна практика представят farmhopping, която се развива от он-лайн търговия и доставки по домовете, акцентирайки на „провереното“ качество на предлаганите продукти: всяка ферма практикува устойчиво земеделие и производство и представя документи за продуктите, които предлага; извършва се допълнителен контрол чрез различни измервания и изследвания на всяка доставка; функционира система за последващ контрол и обратна връзка с потребителите. Farmhopping гарантира произхода на продуктите с името си.

През 2017 г. се постави началото и на изложение на фермерски храни пред Министерство на земеделието, храните и горите в София от Фондация за биологично земеделие „Биоселена“ по проект "Седмичен фестивал "От нашата ферма - с любов за Вас", който се осъществява с финансовата подкрепа на Столична община и Програма Европа 2017 в партньорство с Българско дружество за защита на птиците и район „Средец”.

Обща черта за всички е опитът да се организират различни събития и да се ангажират потребителите. Нещо повече, към местните храни започват да проявяват интерес дори големите търговски вериги, които започват да търсят местни, автентични и здравословни храни. Трябва да се подчертае обаче, че не са редки и случаи, в които се спекулира с цени и качество, което наред със спазването на законовите изисквания, се явява и основното предизвикателство за тяхното бъдещо функциониране и изграждане на доверие в потребителите и обществото.

## **Случаят „България“ – ще станат ли фермерските пазари местни пазари**

Програмата за развитие на селските райони 2014-2020 (ПРСР) констатира, че пазарът на местни храни в България е неразвит, въпреки предпочитанията на потребителите и е като подчертана основна слабост липсата на организации на производители и малък брой на пазарите на производители. Функциониращите пазари продават закупена от тържища продукция, обикновено не от местен произход, и липсва пряката връзка между производителя и потребителя. В същото време местните храни ползват за продажби неформални канали, няма развити схеми за доброволно сертифициране и подходяща инфраструктура за съществуването на фермерските пазари. От друга страна, пазарите на местни храни предоставят благоприятни възможности за преодоляване на проблемите, свързани със слабата пазарна сила на малките земеделски стопанства и осигуряването на качествени храни за потребителите. Не бива да се забравя и фактът, че поради малкия си обем пазарът на земеделски стоки в страната е силно зависим от състоянието и тенденциите на международните пазари, особено по отношение на цени и възможности за реализация.

В Програмата за развитие на селските райони 2014-2020 е идентифицирана възможност: „разширяване на пазарите и нарастване на потребителско търсене на хранителни продукти с гарантирано качество и произход, местни продукти, както и биологични продукти и продукти, произведени при високи стандарти на опазване на околната среда и хуманното отношение към животните“, а в направената оценка на потребностите е включено: „скъсяване веригите на доставки, насърчаване на местните пазари и подобряване на маркетинга на земеделски продукти“. Като приоритетна област е определено „подобряване на конкурентоспособността на първичните производители чрез по-доброто им интегриране в селскостопанската и хранителната верига посредством схеми за качество, които да добавят стойност към селскостопанските продукти, популяризиране на местните пазари и къси вериги на доставки, групи на производителите и организации и

междубраншови организации“. Предвидени са мерки за подпомагане достъпа на стопанствата до пазара и до крайните потребители; въвеждане на схеми за качество в стопанствата и производителите на храни; подкрепа за създаване на групи от производители, изграждането на кълстери и коопериране. Съществуват възможности за финансова подкрепа по различни мерки, но вниманието тук ще бъде обърнато към дейностите за насърчаване на местните пазари. В рамките на Мярка 16. Сътрудничество е включена подмярка 16.4. Подкрепа за хоризонтално и вертикално сътрудничество между участниците във веригата на доставки за изграждането и развитието на къси вериги на доставки и местни пазари. Подкрепа за дейности на местно равнище за популяризиране, свързани с развитието на късите вериги на доставки и местните пазари. Дейностите по тази мярка се предвижда да допринесат за преодоляване на икономическите, екологичните и други отрицателни последици от разпокъсаността на малките стопанства чрез обединения за местни пазари с акцент върху малките стопанства (минимум 60% от стопанствата, които участват в обединения за местни пазари да бъдат малки стопанства съгласно определението в тематичната подпрограма). Подпомагането ще е насочено към къси вериги на доставки и местни пазари. Под „къса верига на доставки“ се разбира „верига на доставки, в която участват ограничен брой икономически оператори, поели ангажимент да си сътрудничат и посветени на местното икономическо развитие и близките териториални и социални отношения между производители, преработвателни и потребители“. Местни пазари са „пазари в радиус от 75 км от стопанството на произход на продукта, в който радиус трябва да се осъществяват, както преработката, така и продажбата му на крайния потребител“. Ще бъдат подпомагани организации, изпълняващи колективни проекти - обединения за къса верига на доставки или обединения за местен пазар. Подпомагането ще обхваща само къси вериги на доставки, които включват не повече от един посредник между земеделския стопанин и потребителя. Ще се предоставя и помощ за дейности за популяризиране на къси вериги на доставки и на

местни пазари, с които: се уведомяват потенциалните потребители, че дадена къса верига на доставки или даден местен пазар съществуват, и се представят ползите от покупките от конкретна къса верига на доставки или конкретен местен пазар.

Проведено проучване (Нинова, 2017) относно механизмите за стимулиране на микропредприятията и фермерските пазари сред организаторите на фермерски и местни пазари в България идентифицира основните характеристики на действащите фермерски пазари, техните проблеми и потребности, връзката между условията на подмярка 16.4 и параметрите на участниците и инфраструктурата на фермерските пазари, както и възможностите за подкрепа по нея за финансиране и развиване на фермерските пазари с цел постигане на положителни ефекти за производителите и потребителите. Проучването показва, че за  $\frac{3}{4}$  организационната форма е търговско дружество, а за останалите – нестопанска организация. Пазарите предлагат хранителни и нехранителни продукти, растителни и животински, свежи и преработени. Разпределението на участниците във фермерските пазари показва: Варна – 38%, Пловдив – 30%, Бургас – 21%, Монтана – 11%. Редовните участници са 76%, а сезонните – 24%. До 75 км от пазара се намират 72% от участниците. Регистрирани земеделски производители са 39% от участниците, търговци на дребно (ЕООД, ООД, ДЗЗД, кооперация) – 17%, преработватели (ЕООД, ООД, ДЗЗД, кооперация) – 42%, организации с нестопанска цел – 2%. Всяка седмица се организират  $\frac{3}{4}$  от проучените пазари. Според локацията се различават: в търговски обект, вкл. мол, общински пазар и друго. В повечето случаи собствеността на терена е частна, ползва се според сезона вътрешно или външно пространство, целогодишно открито или целогодишно закрито. Изразените мнения са, че пространството е задоволително, тясно и некомфортно или комфортно. В повечето случаи липсват доброволци в организационния екип на пазара. Все още съществуват пазари, които не водят административна документация. Комуникациите се осъществяват предимно по телефона, във facebook групи или лично по време на пазара. В  $\frac{3}{4}$  от случаите не се провеждат контролни анализни тестове на

продукцията на пазара, независимо от задължителните анализи, които представят участниците. Определено изразена е нуждата от допълнително популяризиране на пазарите, което към момента ползва различни канали: facebook, вкл. платена реклама, местни и национални медии, печатна реклама. В повечето случаи е наличен базов сайт, но има необходимост от разработване и на търговска форма. В повечето случаи е изразена нужда от съществуване на повече възможности за изграждане на доверие в местните общности. Налице са партньорства с бизнеса и нестопански организации за провеждане на съвместни събития или търговски инициативи, но в повечето случаи липсват такива. Липсва спонсорство / дарителство в  $\frac{3}{4}$  от изследваните случаи, но в някои случаи се ползва финансиране по европейски и други програми. Проведеното анкетиране показва потребности от инвестиции, организационен екип и комуникация, популяризиране и реклама, изграждане на доверие и партньорства. Идентифицираните предизвикателства в приложение на подмярката са свързани с: осигуряване на 50% самоучастие за обединението, собствеността на материалните активи, функционирането на обединението за местен пазар като стопански субект – печалби, данъци; комуникация с общинска и държавна администрация, с частни собственици; отчитане на „стандартните разходи“; изграждане на доверие и отговорност (Нинова, 2017). Проучването е крачка към и добър опит в регламентиране на предстоящ прием по мярката според реалните условия, но преодоляването на споменатите предизвикателства ще остане основен проблем и ще постави под съмнение опцията за търсене на така подкрепа и нейната ефективност.

### **Заклучение**

Фермерските пазари в България са добра практика за установяване на нов тип взаимоотношения между производители и потребители на фермерски храни и могат да бъдат успешен бизнес модел с потенциал за принос към постигането на устойчиво развитие. За да се отговори адекватно на съвременните реалности, тенденции и предизвикателства в развитието на фермерските пазари

и да бъдат насърчени и разширени като социална и икономическа инициатива са необходими действия в две основни насоки – и по отношение на производителите, и по отношение на потребителите – във връзка с осигуряване на широка обществена подкрепа, ясни законови изисквания и тяхното съблюдаване, както и подкрепа на местно ниво, свързана с инфраструктура, финансиране и информираност.

### Използвана литература

1. Нинова, М. (2017). Европейски механизми за стимулиране на микропредприятията и фермерските пазари. Конференция “Бъдеще за местните храни”, 22 февруари 2017 г., Пловдив.
2. Програма за развитие на селските райони 2014-2020.
3. Фермерски пазари „Хранкооп“: <http://pazari.hrangoop.com/>.
4. Фондация LocalFood.bg: <https://localfood.bg/>.
5. Фондация за биологично земеделие „Биоселена“: <http://www.bioselena.com/>.
6. Barbera, F., & Dagnes, J. (2016). Building alternatives from the bottom-up: The case of alternative food networks. *Agriculture and Agricultural Science Procedia* 8, 324-331.
7. Bos, E., & Owen, L. (2016). Virtual reconnection: The online spaces of alternative food networks in England. *Journal of Rural Studies* 45, 1-14.
8. Cassia, F., Ugolini, M., Bonfanti, A., & Cappellari, C. (2012). The perceptions directions for customer-company-territory interaction (CCTI). *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 58, 1008-1017.
9. Farmhopping: <https://farmhopping.com/>.
10. Mainville, D. (2010). Foundations for a successful farmers market. Produced by Communications and Marketing, College of Agriculture and Life Sciences, Virginia Polytechnic Institute and State University. Publication 448-502.
11. Maticena, R. (2016). Linking alternative food networks and urban food policy: a step forward in the transition towards a sustainable and equitable food system? *International Review of Social Research* 6(1), 49–58.

12. Pascucci, S., Dentoni, D., Lombardi, A., & Cembalo L. (2016). Sharing values or sharing costs? Understanding consumer participation in alternative food networks. *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences* 78, 47–60.
13. Pierson, J. (2009). Top 10 rules of market displays. News & ideas for local food producers: Growing for Market. Fairplain Publications, Inc.
14. Renting, H., Marsden, T. K., & Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A* 2003, volume 35, pages 393-411.
15. Special Report: Selling at Farmers Markets. Ideas and information to make your venture a success. 2009. News & ideas for local food producers: Growing for Market. Fairplain Publications, Inc.
16. Starting a new farmers market. (2005). D. Jolly (Ed.). The Farmers Market Management Series, Volume 1. UC Small Farm Center.
17. Tozer, C. E. (2013). Alternative food networks and value creation: The case of farmers markets in New Zealand. Thesis in Massey University.
18. Wolf, M. M., Spittler, A., & Ahern J. (2005). A profile of farmers' market consumers and the perceived advantages of produce sold at farmers' markets. *Journal of Food Distribution Research* 36(1), 192-201.



# ИЗСЛЕДВАНЕ ЕКОЛОГИЧНАТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ИЗБРАНИ ТИПОВЕ СЕЛСКИ РАЙОНИ В БЪЛГАРИЯ

*Дамян Киречев*

## STUDY OF THE ENVIRONMENTAL COMPETITIVENESS OF SELECTED TYPES OF RURAL AREAS IN BULGARIA

*Damyán Kirechev*

### Abstract

The article examines the competitiveness of rural areas at territorial level, achieved through preservation and improvement of the environment by local players. The importance of environmental competitiveness and rural development are analyzed. On the basis of a survey of business and municipal administrations, the article studies environmental competitiveness of the territories of five local action groups in Bulgaria. The role of the environment for the integrated development of rural areas in Bulgaria is proven.

**Key words:** *Competitiveness; Territorial competitiveness; Environmental competitiveness; Rural areas; Environment; Local action groups.*

### Въведение

Околната среда се проявява от една страна като продукт, а от друга страна е двигател за териториално развитие на селските райони. Ето защо, в териториалния подход за развитието на селските райони постигането на екологична конкурентоспособност е свързана с баланса на опазването и използването на околната среда, което да повишава конкурентоспособността на районите и да съдейства за постигане на устойчивото им развитие.

*Целта на настоящия доклад* е да се разкрие значимостта на екологичната конкурентоспособност за развитието на селските райони и като се разкрият основните ѝ компоненти да се изведе значимостта ѝ за териториалните стратегии за развитие на селските райони.

## **Характер на конкурентоспособността на околната среда (екологичната конкурентоспособност) на селските райони**

Значението на конкурентоспособността на фирмено равнище се изразява във възможността за производство на правилните стоки и услуги с необходимо качество, на правилна цена, в точно време. Това означава постигане на повече ефективност от фирмите спрямо другите фирми конкуренти. В същото време, значението на конкурентоспособността на национално или регионално равнище се определя като способността на една нация (регион) да предлага при справедливи и свободни пазарни условия стоки и услуги, които отговарят на изискванията на международните пазари, и в същото време създават условия за поддържане и увеличаване на реалните доходи на населението в дългосрочен план. Но докато концепцията на конкурентоспособността на фирмено равнище е показателно за една успеха на фирма, то по отношение на националните (регионалните) икономики тази концепция следва да се прилага по-специфично. Националните (регионалните) икономики не могат да определят успеха си единствено на международните пазари, защото те създават доходи не само отвън, но и вътре в себе си. Според Paul Krugman [1990, с. 9] източникът на национална (регионална) конкурентоспособност е запазване на производителността и търсене на възможности за повишаването ѝ. В статията си, той недвусмислено заявява, че „производителността не е всичко, но в дългосрочен план е почти всичко“. Сериозен анализ на конкурентоспособността правят Michael Porter и Christian Ketals [2003, с. 11]. Според тях, конкурентоспособността е концепция, която все още трудно се разбира добре, но всички възприемат нейната важност. Те също заключават, че производителността е ключ за конкурентоспособността и отправна точка за определянето ѝ трябва да е просперитетата на една нация, основан на производителността на икономиката на и наличните ресурси.

Съдържанието и обхвата на понятието конкурентоспособност продължава да е в обсега на изследванията на редица икономисти. Понастоящем терминът е широко внедрен в практиката на икономическите и управленските изследвания, макар и да липсва

единна рамка за изучаването ѝ.

Изследванията в областта на регионалната икономика и политика показват нарастващ интерес в последните две десетилетия към изучаване на различията в под-национални територии, като региони, области и др. Michal Porter [1990] подчертава изключително важното разграничение между концепцията му за конкурентното предимство като източник на богатство и идеята за сравнителното предимство, което отдавна доминира в мисленето за международната конкуренция. Според широкото разбиране за понятието сравнително предимство, то се основава на вложения на труд, природни ресурси и финансов капитал. Porter твърди, че сравнителното предимство се създава и поддържа на основата на локализацията и само по себе си факторните вложения стават все по-маловажни в една непрекъснато глоболизираща се икономика.

Понятието „конкурентоспособност“ приема различно значение в зависимост от териториалното равнище, в което терминът е внедрен. Това предполага и трудността на определянето на конкурентоспособността на регионално и по-ниско равнище. Конкурентоспособността на регионално равнище включва освен способността за производство на стоки и услуги и широк набор от налични ресурси, инфраструктура, комуникации, социални мрежи и др. На практика, различните региони в една национална икономика се конкурират помежду си, във връзка с привличането на инвестиции, работна сила и др. Roberto Camagni [2002, с. 2395-2411] разграничава съществуването на абсолютни предимства на региона от неговите конкурентни предимства. Според него, регионът ще има абсолютни предимства, ако притежава високо технологично и социално ниво, развита инфраструктура и институционална подкрепа, от което да се възползват фирмите от района. Тези предимства са външни за отделните фирми, но им помагат да постигат по-високи нива на производителност, отколкото при липсата им. Постигането на икономически растеж в регионите има нужда от голям комплекс фактори и условия, обединени на едно място в териториален аспект – наличие на природни ресурси, квалифицирана работна сила, инфраструктура и др. Ето защо,

съществуващите добри взаимоотношения между различните икономически и административни субекти (фирми, правителствени служби, неправителствени организации и др.) са важна съставна част за успеха на регионите [Станимиров, Е. и М. Станимирова, (2014)]. Взаимодействието на хора, знания, идеи се разглежда като движещ фактор за постигане на растеж в регионите.

Проучванията в областта на селските райони и регионалната конкурентоспособност имат международни и европейски измерения. През 2004 година Michael Porter [2004] и колектив публикуват изследване на конкурентоспособността на селските райони в САЩ. Направен е извод, че ниската селска конкурентоспособност е национален проблем и има национални последици. В продължение на изследването Christian Ketel [2004] поставя под въпрос ефикасността на политиката за развитие на селските райони. В проучването си, Porter твърди, че липсата на ясна стратегия за развитие на селските райони може да бъде симптом за по-голям проблем. Според него, икономическото развитие на селските райони в по-общ смисъл се различава от икономическото развитие в по-общ план. Те са свързани твърде силно със селското стопанство и резултатите от този сектор в по-голяма степен се отразяват върху цялостното представяне на района. Това предполага политика насочена към силна интеграция на селските региони с развитите градски региони.

Търсенето на конкурентоспособността е дълбоко заложена цел в развитието на Европейския съюз (ЕС). В лисабонската стратегия за растеж и заетост, договорена на Европейския съвет през 2000 г. се заложи превръщането на ЕС в „най-конкурентна и динамична в света, основана на знанието икономика, способна на устойчив икономически растеж, с повече и по-добри работни места и по-голямо социално сближаване между страните“ [CEC DGs Regional Policy and Employment, 2005]. През юли 2005 г. Генералната дирекция за регионална политика на ЕС към Европейската комисия публикува нов набор от мерки към политиката за сближаване, в съответствие с Лисабонската стратегия за растеж и заетост.

Прилагането на подхода ЛИДЕР изисква всеки район да

изготви свой „териториален проект“, насочен към постигането на това, което се нарича „териториална конкурентоспособност“ [LEADER European Observatory, Territorial Competitiveness. 1999, с.5]. Понятието „териториална конкурентоспособност“ има не само икономически смисъл, но и по-широко значение. Освен икономическото звучене на понятието конкурентоспособност на района да се изправи срещу конкуренцията на пазара, той трябва гарантира социална, екологична и културна устойчивост, чрез изграждане на взаимоотношения и сътрудничество. В този смисъл, **териториалната конкурентоспособност** включва [LEADER European Observatory, Territorial Competitiveness. 1999, с.5]: съгласуваност в използването на ресурсите на района; участие на различни играчи и институции от региона; интегриране на иновативни за района бизнес сектори; реализиране на сътрудничество с други райони и политики на Общността, както и в глобален контекст. Териториалната конкурентоспособност на района включва четири измерения, които могат да се комбинират по различен начин за всеки район. Такива са:

1. „*Социална конкурентоспособност*“ – способността на участниците от района да действат заедно въз основа на споделена концепция, както и да насърчава сътрудничеството между различните институционални равнища;

2. „*Екологична конкурентоспособност*“ – способността на участниците от района, да се възползват максимално от своята околна среда, като я превръщат в отличителен белег на техния район, като в същото време се гарантира, че техните естествени ресурси и наследство ще се запазят за бъдеще;

3. „*Икономическата конкурентоспособност*“ – способността на участниците от района да създават и запазват максимална добавена стойност, както и да се засилват връзките между секторите, да се комбинират ресурси по ефективен начин, да се повишава стойността на местните продукти и услуги;

4. „*Глобална конкурентоспособност*“ – способността на района да подобрява мястото си сред останалите райони, както и глобалния свят, като по този начин се гарантира жизнеността в глобален контекст.

Постигането на целите по четирите измерения на териториалната конкурентоспособност може да гарантира дългосрочна устойчивост на развитието на селските райони. Това предполага познаване на опита, използване на подходящи техники за анализ, прилагане на специфични методи и инструменти; реализиране на дългосрочни стратегически визии. В много райони в ЕС, а и в България, този процес на изграждане на местни инициативни групи (МИГ) за селско развитие (водено от общностите местно развитие - WOMP) вече е започнал, но основният проблем в момента е да се гарантира реализирането на местните стратегии в дългосрочен план [Дойчинова, Ю. и др. (2013)].

Понятието „околна среда“ може да се разглежда в тесен и широк смисъл. В по-тесен смисъл, околната среда включва единствено природните ресурси, с които разполага района и които създават част от потенциала и капацитета за развитие. В по-широк смисъл, в понятието околна среда на региона може да се включи и жизнената среда на населението, неговото културно и историческо наследство. Изучаването на екологичната конкурентоспособност от ЛИДЕР включва по-широкото тълкуване на понятието околна среда на района [LEADER European Observatory, Environmental Competitiveness, 2000, с. 9].

Идеята на **конкурентоспособността на околната среда (екологична конкурентоспособност)** се отнася до способността на местните играчи да "валоризират" тяхната околна среда – да я запазват и развиват. Терминът „валоризира“ трябва да се приема в по-широк смисъл – не само икономически, но и в екологичен, социален, културен и естетически характер. Пред местните структури в селските райони стои проблема от една страна да експлоатира околната среда, а от друга страна да я пази и съхранява за бъдещите поколения. Ето защо, в териториалния подход за развитието на селските райони постигането на екологична конкурентоспособност е свързана с баланса на опазването и използването на околната среда, което да повишава конкурентоспособността и да съдейства за постигане на устойчиво развитие.

Постигането на екологична конкурентоспособност на селските

райони не може да се разглежда като еднократен акт, а предполага излизане от традиционния подход за изучаване на природните ресурси и извежда нов поглед към постигането на екологична устойчивост. В последните десетилетия обществото все по-често започна да се сблъсква с проблемите на околната среда, което предположи извеждане на решения на всички нива на управление. Доказателство за това е развитието на екологичните политики и разширяване на ролята на екологичните организации в общественния живот.

Екосистемният подход прие ролята на нов поглед към околната среда. Този нов подход към околната среда естествено ще доведе до промени в производствените системи в селските райони, които от количественото използване на ресурсите (водещо до прекомерната им експлоатация и отрицателно въздействие върху околната среда) се фокусират върху качествено използване на ресурсите (за да отстояват и повишават своята конкурентоспособност). Това важи с особена сила за производителите на земеделска и животинска продукция, отговаряща на екологични производствени практики, които са така търсени от потребителите. Този подход има важно значение и за туризма в селските райони, който може да се възползва от специфичните ресурси на района [Славова, Г. (2013), с. 67-71]. Опазването на околната среда се явява фактор за продуктова диференциация, а от там е и сериозен източник на конкурентоспособност.

Може да се обобщи, че околната среда е ключов фактор за конкурентоспособността на селските райони. Опазването на околната среда означава съхраняване на отличителните характеристики идентифициращи района. Без съмнение, интересът на потребителите към идентичността на ресурсите на селските райони ще расте, което ще е от ключово значение за конкурентоспособността на селските райони.

### **Изследване на екологичната конкурентоспособност на селските райони (резултати от емпирично изследване)**

Анализът и оценката на конкурентоспособността на селските райони са свързани с оценяване ролята на местоположението и

разнообразието на ландшафта на района като предпоставка за по-висока степен на диверсификация на икономиката, наличието и влиянието на големи населени места, на културни паметници и природни ресурси на територията на района, на мотивацията на жителите на района да развиват бизнес и др. Анализът на литературата [LEADER European Observatory, Economic Competitiveness, с. 11-14] позволи да се интерпретират девет типа ситуации, самостоятелно или в комбинации, които позволяват да се отрази разнообразието на селските райони:

- Тип 1: Район, в който земеделието формира икономиката;
- Тип 2: Район, в който земеделието е развито, но с малко заети в него;
- Тип 3: Район, в който земеделието е представено от големи стопанства;
- Тип 4: Район, с преобладаващи защитени земи;
- Тип 5: Район насочен към предлагане на туристически услуги;
- Тип 6: Район, в който градското население поддържа втори дом;
- Тип 7: Район, с голям брой малки предприятия;
- Тип 8: Район, с периферно населени места;
- Тип 9: Район, с преобладаващо възрастно или застаряващо население.

Разнообразието от типове селски райони, предполагат значителна трудност за прилагане на еднакви критерии и показатели за изследването им, поради разнообразните им характеристики. Прави впечатление, че категоризацията се основава на ролята на земеделието, начините на организирането му, на демографските характеристики и икономическите структури, които формират облика на района. Посочената класификация е използвана и адаптирана към условията на развитие на селските райони в България. На основата на голям брой показатели свързани с конкурентоспособността териториите, касаещи икономиката на района, възможностите за диверсификация, характера на ландшафта, състоянието и развитието на икономическите структури, наличието



на големи градски центрове в близост до района, наличието на природни и културни ресурси, степен на сътрудничество на икономическите субекти и др., в изследването са структурирани пет типа селски райони:

– Район 1: „Земеделието е основна икономическа дейност (доминиращ малък, не добре структуриран, местен бизнес”;

– Район 2: „Селскостопанското производство е модернизирано и представено от големи арендни стопанства”;

– Район 3: „Туристически бизнес, съчетан със земеделско производство при условията на специален режим (естествени и защитените зони)“;

– Район 4: „Туристически и друг бизнес (доминиращ малък, добре структуриран местен бизнес)“;

– Район 5: „Крайградски район (земеделието се съчетава с преработка в крайградски район“.

На базата на определените в изследването показатели и критерии, са проведени анкетни проучвания и дълбочинни интервюта в две целеви групи – представители на общинската администрация и на бизнеса, в пет територии на местни инициативни групи (МИГ) с различни характеристики и потенциал за екологична конкурентоспособност. Това са териториите на общини:

1. Аврен, Бяла и Долни чифлик, Област Варна (МИРГ „Бяла-Долни чифлик-Аврен);

2. Тервел и Крушари, Област Добрич (МИГ „Тервел-Крушари“);

3. Троян и Априлци, Област Ловеч (МИГ „Троян-Априлци“);

4. Община Родопи (Южна Пловдивска) и Перушица, Област Пловдив (МИГ „Тракийско-родопска яка“;

5. Девня и Аксаково, Област Варна (МИГ „Девня-Аксаково“).

Методическата рамка на изследването включва следните фактори характеризиращи екологичната конкурентоспособност на селските райони:

- ✓ Чиста околна среда;
- ✓ Съхранена природна среда;
- ✓ Наличие на обучен (квалифициран) персонал в областта на опазването на околната среда;
- ✓ Наличие на персонал с професионален опит в областта на

опазването на околната среда;

✓ Спазване на законоустановените екологични норми от страна на местните предприятия;

✓ Поддържане на структурата и опазването на почвените ресурси;

✓ Подпомагане състоянието на горите и горскостопанската инфраструктура;

✓ Опазване и възстановяване на биоразнообразието;

✓ Ефективно функциониране на системи за ранно предупреждение за възникващи опасности от наводнения, пожари, активиране на свлачищни зони и др.

Използвани са четиристепенни скали от 1 (ниско значение на фактора) до 4 (висока значимост на фактора). Резултатите са обработени с SPSS. Надеждността на скалите е оценена посредством коефициента алфа ( $\alpha$ ) на Кронбах (Cronbach's coefficient alpha). Стойностите на показателя, изчислени от оценките на десетте групи респонденти, (Таблица 1) са в диапазона от  $\alpha=0.565$  до  $\alpha=0.971$ . На база на тези резултати се приема, че измервателните скали, взети заедно, в задоволителна степен измерват латентната конструкция „екологична конкурентоспособност“. За всяка от изследваните групи респонденти въпросите са съгласувани около определената им цел да измерват възприеманата екологична конкурентоспособност на териториите.

Таблица 1

**Резултати от осъществен тест за надеждност на скалите за измерване на екологичната конкурентоспособност на изследваните територии**

Изследвани територии	Chronbach's $\alpha$	
	бизнес	Общинска администрация
МИГ Девня – Аксаково	0,901	0,907
МИРГ Бяла – Долни Чифлик – Аврен	0,699	0,927
МИГ Тракийско - Родопска яка	0,565	0,648
МИГ Тервел – Крушари	0,724	0,895
МИГ Троян и Априлци	0,971	0,898

Изследването на възприемането на бизнеса и администрацията за опазването на околната среда в техните територии включва девет твърдения, оценявани със стойности от 1 „определено не се отнася“ до 4 „определено се отнася“ и дава следните резултати<sup>1</sup>:

1. Околната среда се възприема като чиста в по-голяма степен от общинската администрация, отколкото от бизнеса. Най-висока оценка на за чистотата на околната среда се наблюдава в общините от „Тракийско-родопската яка“ (съответно 3,60 за бизнеса и 3,71 за общинската администрация), а най-ниска е оценка на общините Девня и Аксаково (съответно 2,46 за бизнеса и 3,00 за общинската администрация).

2. Природната среда се възприема във висока степен като съхранена в почти всички изследвани райони. Най-висока е оценката на бизнеса в общините Долни чифлик-Бяла-Аврен (3,50), а най-ниска в общините Девня-Аксаково (2,85). Администрацията е по-оптимистична, като най-висока е оценката за общините Троян-Априлци (3,64), а най-ниска за общините Девня-Аксаково.

3. Значително по-ниски са оценките по отношение на наличието на обучен (квалифициран) персонал в областта на опазването на околната среда. В общините Тервел-Крушари, не се приема твърдението от бизнеса (2,17), докато в останалите райони оценката е малко над средното равнище (най-висока 3,00 в общите от Тракийско-родопската яка). Общинската администрация оценява по-високо наличието на квалифициран персонал, като най-висока е оценката в Тракийско-родопската яка (3,43) и Девня-Аксаково (3,40), а най-ниска в общините Тервел-Крушари.

4. Сходни са оценките на бизнеса и администрацията по отношение на наличието на персонал с професионален опит в областта на опазването на околната среда. Отново на-ниска оценка дава бизнеса от територията Тервел-Крушари (съответно 2,17 – за

---

<sup>1</sup> Оценка от 1 до 2,39 характеризира неблагоприятен характер в динамиката на процесите и дейностите, оценка от 2,4 до 2,59 характеризира неутрален характер в динамиката на процесите и дейностите, а оценка 2,6 до 4 характеризира благоприятен характер за развитие на процесите и дейностите по отношение на екологичната конкурентоспособност.

бизнеса и 2,58 за общинската администрация), а най-благоприятна е оценката на бизнеса от общините в Тракийско-родопската яка (3,00) и оценката на администрацията в района Девня-Аксаково (3,35).

5. Интересни са мненията на респондентите по отношение на спазването на законоустановените екологични норми на територията на района. Бизнесът е по-скептичен в районите Девня-Аксаково (2,69) и Тервел-Крушари (2,17), докато в останалите изследвани райони дава по-висока оценка от тази на администрацията. Мнението на администрацията е позитивно във всички райони, като най-висока е оценката Тракийско-родопската яка (3,14).

6. По отношение на поддържането на структурата и опазването на почвените ресурси (включително чрез проекти на Програмата за развитие на селските райони и ОП „Околна среда“), възприятието на бизнеса е по-скоро негативно при всички общини с изключение на район Долни-чифлик-Бяла Аврен (2,90). Най-ниска е оценката на Тракийско-родопска яка (1,80). Администрацията възприема по-позитивно мероприятията за опазването на почвите, като единствените с негативно мнение са общините от Тракийско-родопската яка (2,29).

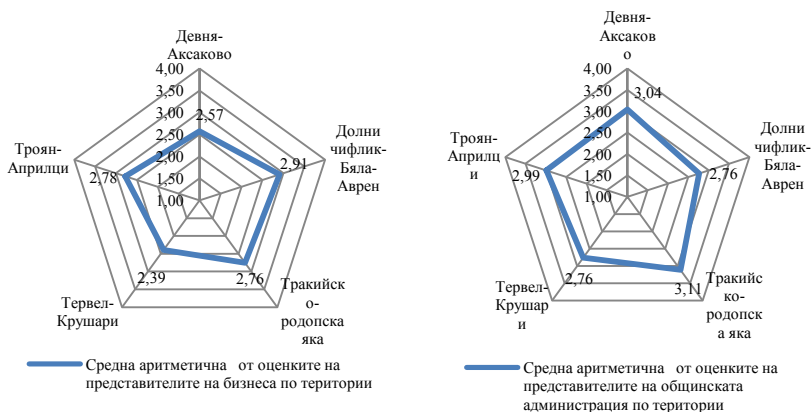
7. По отношение на поддържането на състоянието на горите и горската инфраструктура (включително чрез проекти на Програмата за развитие на селските райони и ОП „Околна среда“), не се приема твърдението от бизнеса в районите Тракийско-родопска яка (най-ниска оценка 1,80), Тервел-Крушари и Девня-Аксаково. Бизнесът оценява положително единствено поддържането на горите в район Троян-Априлци (2,71). Оценки на администрацията са близки до тези на бизнеса, като най-високо е мнението за поддържането на горския фонд в общините Девня-Аксаково (3,20), а най-ниско в общините от Тракийско-родопската яка.

8. Мнението и на бизнеса и на администрацията е по-скоро неутрално по отношение на провеждането на подходящи мероприятия за опазване и възстановяване на биоразнообразието. Най-ниска е оценката на бизнеса в общините от Тракийско-родопска яка (2,20), а най-висока в Долни чифлик-Бяла-Аврен

(2,60). Администрацията в общините Тервел-Крушари е с най-ниска оценка в това направление (2,33), а най-висока е оценката на общините от Тракийско-родопската яка.

9. По отношение на наличието и ефективно функциониране на територията на района на системи за ранно предупреждение за бедствия и опасности, бизнесът и администрацията са най-оптимистични в общините Троян-Априлци (съответно 3,20 и 3,86). Най-ниски са оценките на бизнеса в общините Тервел-Крушари.

Обобщена оценка на твърденията на двете категории респонденти относно опазването и поддържането на околната среда по изследвани територии е представена на фиг. 1. От фигурата е видно, че бизнесът е най-скептичен по отношение опазването и поддържането на околната среда в района на общините Тервел-Крушари, докато най-висока е оценката на бизнеса за района Долни чифлик-Бяла-Аврен. Що се отнася до мнението на общинската администрация, във всички изследвани райони се приема, че околната среда в селските райони се подобрява и поддържа.



**Фиг. 1. Оценки на представителите на бизнеса и общинската администрация за опазването на околната среда по територии**

Анализът на екологичната конкурентоспособност включва

изследване на девет фактора, посочени по-горе, оценявани със стойности от 1 „изобщо не е важен“ до 4 „определено е важен“<sup>2</sup>. Резултатите дадени от бизнеса и общинската администрация по изследвани селски райони, показват, че:

1. В общини Девня-Аксаково: най-значими фактори за бизнеса са „съхранена природна среда“ и „поддържане на структурата и опазване на почвените ресурси“ (3,85), следвани от „наличие на обучен персонал“, „опазване и възстановяване на биологичното разнообразие“ и „спазване на законоустановените екологични изисквания“ (3,77), а най-ниска значимост е отделена на фактора „функциониращи системи за предупреждения за опасности“ (2,92). За общинската администрация най-значими фактори са „чиста околна среда“, „наличие на персонал с професионален опит“, „спазване на законоустановените екологични изисквания“ (3,95), следвани от „наличие на персонал с професионален опит“ и „функциониращи системи за предупреждения за опасности“ (3,90), а най-ниски са оценките на „подпомагане състоянието на горите“ (3,70) и „опазване и възстановяване на биоразнообразието“ (3,60).

2. В общини Долни чифлик-Бяла-Аврен: най-значими фактори за бизнеса са „наличие на персонал с професионален опит“ (3,70), следван от „спазване на законоустановените екологични норми“, „опазване и възстановяване на биологичното разнообразие“ и „функциониращи системи за предупреждения за опасности“ (3,60), а най-ниска е оценката на фактора „подпомагане на горите и горската инфраструктура“ (3,30). За общинската администрация най-значими фактори са „чиста околна среда“ (3,50), „съхранена околна среда“ (3,47), следвани от „спазване на законоустановените екологични изисквания“, „поддържане на структурата и опазване на почвените ресурси“, „подпомагане състоянието на горите“ и „опазване и възстановяване на биоразнообразието“ (3,34), а най-

---

<sup>2</sup> Оценка от 1 до 2,39 характеризира по-несъществено значение на фактора за екологичната конкурентоспособност на региона, оценка от 2,4 до 2,59 характеризира неутрално значение на фактора за екологична конкурентоспособност, а оценка 2,6 до 4 характеризира важността на фактора за екологичната конкурентоспособност на региона.

ниска е оценката на „опазване и възстановяване на биологичното разнообразие“ (3,15).

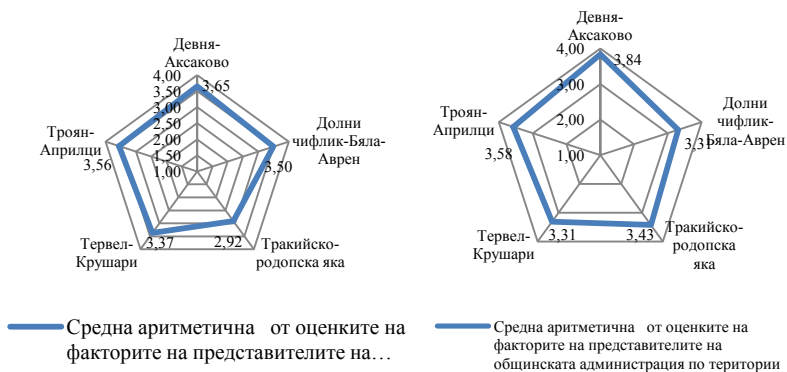
3. В общини Родопи и Перушица (Тракийско-родопска яка): най-значими фактори за бизнеса са „чиста околна среда и „съхранена околна среда“ (3,80), следвани от „наличие на персонал с професионален опит“ и „спазване на законоустановените екологични изисквания“ (3,20), а най-ниска е оценката на „опазване и възстановяване на биологичното разнообразие“ (2,25). За общинската администрация най-висока е оценката за фактора „чиста околна среда“ (4,00), следван от „съхранена околна среда“ и „функциониращи системи за предупреждения за опасности“ (3,71), а най-ниска е оценките за „подпомагане състоянието на горите“ (2,86).

4. В общини Тервел-Крушари: най-значими фактори за бизнеса са „чиста околна среда“, „съхранена околна среда“, „поддържане на структурата и опазване на почвените ресурси“, „опазване и възстановяване на биологичното разнообразие“ и „функциониращи системи за предупреждения за опасности“ (3,50), а най-ниска е оценката за „наличие на обучен персонал“, „наличие на персонал с професионален опит“ и „спазване на законоустановените екологични изисквания“ (3,17). За общинската администрация най-значими фактори са „чиста околна среда“ (3,50), следван от „съхранена околна среда“ и „поддържане на структурата и опазване на почвените ресурси“ (3,42), а най-ниска е оценката за „наличие на обучен персонал“ (3,00).

5. В общини Троян-Априлци: най-значими фактори за бизнеса са „чиста околна среда“ и „съхранена околна среда“ (3,71), следвани от „подпомагане на горите и горската инфраструктура“ (3,65) и „спазване на законоустановените екологични изисквания“ и „функциониращи системи за предупреждения за опасности“ (3,59), а най-ниска е оценката на „поддържане на структурата и опазване на почвените ресурси“ (3,17). За общинската администрация най-значими са факторите „чиста околна среда“, „съхранена околна среда“ и „спазване на законоустановените екологични изисквания“ (3,73), следвани от „подпомагане на горите и горската инфра-

структура“ (3,55), а най-ниска е оценката на факторите „наличие на обучен персонал“, „наличие на персонал с професионален опит“, „опазване и възстановяване на биологичното разнообразие“ и „функциониращи системи за предупреждения за опасности“ (3,45).

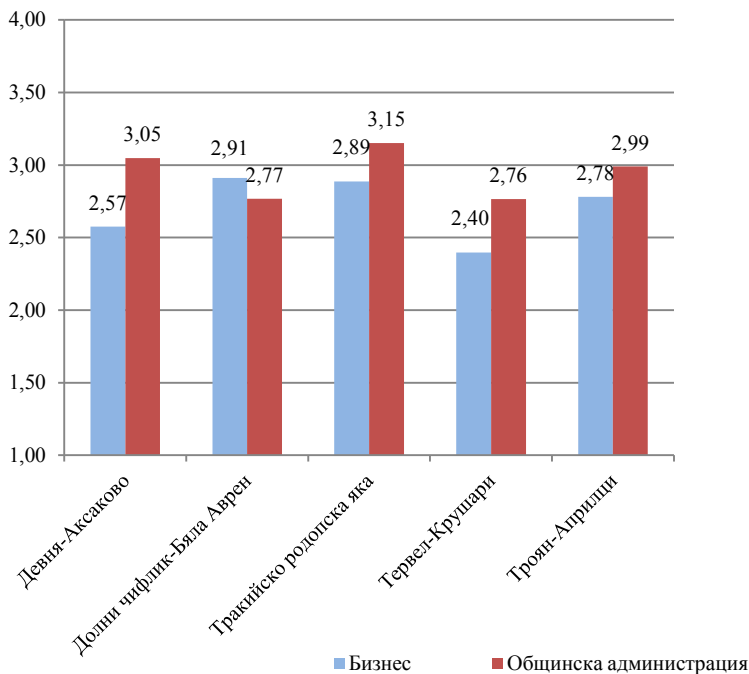
Обобщена оценка на респондентите относно факторите за екологична конкурентоспособност по изследвани територии е представена на фиг. 2. От фигурата е видно, че и бизнесът, и администрацията дават високи оценки важността на факторите за екологична конкурентоспособност на селските райони. Най-висока е оценката на бизнеса в общините Девня-Аксаково, а най-ниска е оценката на факторите в общините от Тракийско-родопската яка. Що се отнася до оценката на общинската администрация, най-висока е оценката на администрацията в общините Девня-Аксаково, а най-ниска в общините Тервел-Крушари и Долни чифлик-Бяла, Аврен.



**Фиг. 2. Оценки на факторите за екологична конкурентоспособност на представителите на бизнеса и администрацията по територии**

Претеглена оценка на влиянието на факторите върху екологичната конкурентоспособност на анализираните селски райони е представена на фиг. 3.





**Фиг. 3. Претеглена оценка на влиянието на факторите върху екологичната конкурентоспособност по територии**

От всички групи представители на бизнеса, разделени според териториите, в които оперират, влиянието на факторите за екологична конкурентоспособността се възприемат с най-голяма важност представителите на бизнеса от територията на общините Долни чифлик-Бяла-Аврен. Екологичната конкурентоспособност се отчита като сравнително важен фактор за конкурентната позиция на региона и според респондентите, които осъществяват бизнес на територията на общините от Тракийско-родопската яка и Троян-Априлци. Представителите на бизнеса, локализиран на териториите на общините Тервел-Крушари дават най-ниска оценка на влиянието на подобряването и опазването на околната среда върху конкурентната позиция на територията, в сравнение с оценката

дадена за влиянието на този фактор в останалите изследвани райони.

Оценките на представителите на общинската администрация са чувствително по-високи от тези на бизнеса. Това вероятно се дължи в ролята на администрацията да провежда политика за опазване на околната среда в общините. Факторите за екологичната конкурентоспособност са оценени най-високо от представителите на администрацията, оперираща на територията на общините от Тракийско-родопската яка, следвани от общините Девня-Аксаково и Троян-Априлци. Относително по-ниска е оценката на представителите на администрацията в районите Долни-чифлик-Бяла-Аврен и Тервел-Крушари, но въпреки това са оценени като важни факторите на околната среда върху конкурентоспособността на района.

### **Заключение**

В заключение на теоретичния преглед и на емпиричните наблюдения, могат да се направят следните изводи и констатации:

✓ Екологичната конкурентоспособност има значимо място в териториалната конкурентоспособност на селските райони. Изучаването ѝ, наред с икономическата, социалната и глобалната конкурентоспособност, ще гарантира дългосрочно устойчивост в развитието на селските райони.

✓ Екологичната конкурентоспособност може да играе ролята на двигател за местното развитие на селските райони. Тя е насочена към постигането на своеобразен баланс в опазването и използването на околната среда. В този смисъл, опазването на околната среда се явява ключов елемент в стратегиите за развитие на селските райони, а подходът ЛИДЕР / ВОМР е ключов фактор за постигането на териториална конкурентоспособност на селските райони.

✓ Проучване на екологичната конкурентоспособност в избрани селски район показва, че чистата и съхранената околна среда са от първостепенно значение за регионите. Определяща е нуждата от квалифицирани и обучени специалисти в областта на опазването на околната среда.

✓ Спазването на екологичните изисквания е важен фактор за

постигане на конкурентоспособност на районите и е предпоставка за запазване на околната среда и опазване на чистотата ѝ.

✓ Важността на отделните компоненти на околната среда е в пряка връзка с прилагания бизнес. Определяща за постигането на екологична конкурентоспособност на регионите е опазването и поддържането на почвените ресурси, водите, въздуха и биоразнообразието. Специализацията на бизнеса в отделните райони определя и степента на важност на отделните компоненти за самия район.

✓ Околната среда в селските райони все повече ще придобива характер на инструмент за координация, сближаване, създаване на работни места и ново чувство на идентичност, засилвайки привлекателностите на селските райони, техните продукти и услуги, както и ще бъде пълноценна част от интегрираното развитие на тези райони.

✓ Прилаганата методическа рамка за изследване на екологичната конкурентоспособност на селските райони може да се използва за комплексен анализ на развитието на селските райони в страната, което да позволи извършването на своеобразното им класиране по отношение на оценка на прилаганите методи и средства и опазване на околната среда на регионално ниво.

### **Използвана литература**

1. Дойчинова, Ю., Кънчев, И., Митева, А., Станимирова, М., Стоянова, З., Тошева, Е., Жечева, И., Заимова, Д. (2013) Възможностите на подхода ЛИДЕР за развитие на жизнеспособни селски райони и опазване на природните ресурси. София: Издателски комплекс УНСС.

2. Портър, М. Конкурентно предимство на нациите. (2004) София: Класика и стил. Превод на Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, Basingstoke; Macmillan.

3. Славова, Г. (2016). Екологичният туризъм - инструмент за устойчиво развитие и средство за опазване на природните ресурси на България. // Управление и устойчиво развитие, София: ЛТУ-София, бр. 5.

4. Станимиров, Е., Станимирова, М. (2014). Конкуренето-способност и капацитет за устойчиво развитие на икономическите субекти в селски райони от област Варна. - Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2014.

5. Camagni, R. (2002). On the Concept of Territorial Competitiveness: Sound or Misleading? *Urban Studies*, 13, pp. 2395-2411.

6. CEC DGs Regional Policy and Employment (2005) Cohesion Policy in Support of Growth and Jobs: Community Strategic Guidelines, 2007-2013, 10 May 2005, Brussels, CEC, p.3.

7. Economic Competitiveness. Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience. (2000) "Rural Innovation", Doissier No 6 – Part 4. LEADER European Observatory, June 2000.

8. Environmental Competitiveness. Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience. (2000) "Rural Innovation", Doissier No 6 – Part 3. LEADER European Observatory, June 2000.

9. European Commission, (2000), Lisbon European Council – Presidency Conclusions, 23 and 24 March 2000, Lisbon.

10. Ketels, C. (2004). Competitiveness in rural regions, *Economic Development America*, Summer.

11. Krugman, P. (1990). *The Age of Diminished Expectations*. Cambridge MA, MIT Press.

12. Porter, M and Ketels, C. (2003). UK Competitiveness: Moving to the Next Stage, DTI Economics, Paper No. 3, Economic and Social Research Council and Department of Trade and Industry, p.11.

13. Porter, M. et al. (2004). Competitiveness in Rural U.S. Regions: Learning and Research Agenda, Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School.

14. Territorial Competitiveness. Creating a territorial development strategy in light of the LEADER experience. (1999) "Rural Innovation", Doissier No 6 – Part 1. LEADER European Observatory, December 1999.

# ОЦЕНКА НА ОЧАКВАНТОТО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА „РЕГИОНИ В РАСТЕЖ“ ВЪРХУ СГРАДНАТА ЕНЕРГИЙНА ЕФЕКТИВНОСТ

*Даниел Нигохосян*

## ASSESSMENT OF THE EXPECTED IMPACT OF OPERATIONAL PROGRAMME 'REGIONS IN GROWTH' ON THE ENERGY EFFICIENCY OF BUILDINGS

*Daniel Nigohosyan*

### Abstract

The report presents the results of an assessment of the expected impact of energy efficiency measures under the Operational Program "Regions for Growth" (OPRD) 2014-2020. Based on the application of a logic model and analysis of the unit costs of expected product / result, the report reveals weaknesses in OPRD programming as well as insufficient efficiency of the envisaged measures.

**Key words:** *energy efficiency, European funds, logic model, unit costs.*

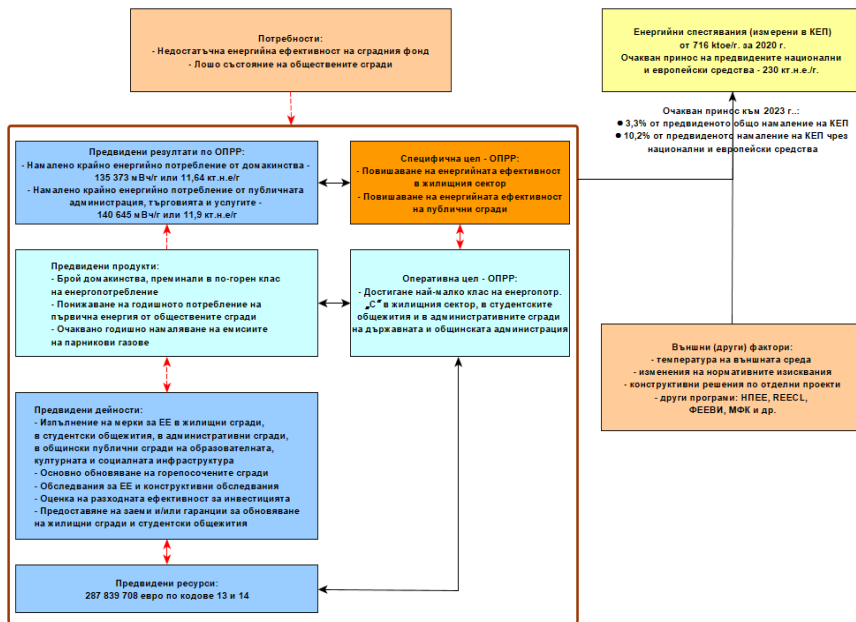
### 1. Въведение

Докладът представя оценка на очакваното въздействие на мерките за енергийна ефективност (ЕЕ) по Оперативна програма „Региони в растеж“ (ОПРР) 2014-2020 г. По-конкретно, в доклада е разгледан въпросът доколко значим е очакваният принос на програмата към сградната енергийна ефективност и ефикасно ли са използвани средствата в този сектор. В този смисъл, обект на изследването е сградната енергийна ефективност в България, а предмет на анализ е очакваният принос на ОПРР 2014-2020 към повишаване на сградната ЕЕ.

За рамка на анализ е използван методът логически модел (Earl et.al, 2001; Gaffey, 2012), който представлява графична мисловна структура, позволяваща проследяване на сложни причинно-следствени връзки. Моделът улеснява оценката на ефекти (Morgan

and Winship, 2015) и често се използва за оценка на програми и проекти, включително в сферата на енергийната ефективност (ICF, 2017). За оценка на ефикасността на средствата е използван анализ на разходите за единица продукт (ЕС, 2014а).

Докладът следва елементите на логическия модел, представен на фигура 1 по-долу и включва: (1) потребности; (2) цели; (3) индикатори; (4) ресурси; и (5) външни фактори.



Фиг. 1. Логически модел на ОПРР 2014-2020 г.

## 2. Потребности в сферата на сградната ЕЕ

Както и програмата за регионално развитие за период 2007-2013 г. (МРРБ, 2013), ОПРР 2014-2020 (МРРБ, 2015) също идентифицира като сериозен проблем лошото състояние и ниска енергийна ефективност на сградния фонд в България. Въпреки това, програмата не включва анализ на конкретни потребности в тази

сфера, като мерките за енергийна ефективност са обосновани предимно с необходимостта от постигането на целите по Стратегия Европа 2020 (ЕК, 2010). Такъв анализ липсва и в социално-икономическия анализ, проведен за целите на ОПРР 2014-2020 г. (Обединение „Регионални анализи за 2014+“, 2012).

Подход, базиран на конкурентен принцип, би могъл да доведе до постигане на ефективност и ефикасност на използването на средствата за ЕЕ единствено, ако критериите за избор на проекти включват сравнителна оценка на очакваните резултати по проектите и оценка на ефикасността на вложените средства. В Указанията за изпълнение на проекти за ЕЕ в многофамилни жилищни сгради е посочено, че „при наличие на възможност при подбора на обектите на интервенция общината следва да приоритизира жилищните сгради, с обновяването на които ще се постигнат най-големи енергийни спестявания“.<sup>1</sup> Това указание не е обвързано с конкретен критерий за оценка на проектните предложения. В този смисъл критериите за оценка залагат единствено минимални и декларативни изисквания без това да гарантира конкуренция между кандидатите по отношение на ефективност и ефикасност на очакваните резултати.

### **3.Цели на интервенциите за повишаване на сградната ЕЕ**

Специфичните цели на ОПРР 2014-2020 по отношение на енергийната ефективност са включени в Приоритетна ос 1 (ПО1): „Устойчиво и интегрирано градско развитие“ и Приоритетна ос 2 (ПО2): „Подкрепа за енергийна ефективност в опорни центрове в периферните райони“ на програмата и за разлика от периода 2007-2013 г. са ясно дефинирани: Повишаване на енергийната ефективност в жилищния сектор; и Повишаване на енергийната ефективност на публични сгради.

---

<sup>1</sup> Указания за изпълнение на проекти за енергийна ефективност на многофамилни жилищни сгради по Инвестиционен приоритет „Енергийна ефективност в административни и жилищни сгради“ на Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014 – 2020, стр. 9.

В допълнение към тези цели, в програмата са посочени и следните възможни ефекти от изпълнението на мерките за енергийна ефективност: (1) намаляване на крайното енергийно потребление и първичното енергийно потребление и косвено намаляване на емисиите на парникови газове в малките градове; (2) изпълнение на нормативното изискване за постигане на стандартите за енергийна ефективност за сградите за обществено обслужване; (3) по-добро качество на въздуха и условия за живот в градовете; и (4) осигуряване на рентабилна експлоатация на обществените сгради, което ще позволи устойчиво да продължи управлението и поддръжката им, с оглед предоставяне на по-добри и допълнителни услуги на населението и по този начин ще допринесат за намаляване на темпа на миграция към по-големите градове.

Първите две цели могат да бъдат пряко обвързани с очакваните резултати по ОПРР 2014-2020, но останалите две са твърде амбициозни и обширни. В най-голяма степен това се отнася до направената връзка между енергийната ефективност и миграцията към по-големите градове.

#### **4.Индикатори за измерване на напредъка на интервенциите за повишаване на сградната ЕЕ**

Следвайки новият логически модел на ЕК (ЕС, 2014а), ОПРР 2014-2020 не включва индикатори за въздействие, а единствено за продукти („Брой домакинства, преминали в по-горен клас на енергопотребление“, „Понижаване на годишното потребление на първична енергия от обществените сгради“ и „Очаквано годишно намаляване на емисиите на парникови газове“) и резултати („Крайно енергийно потребление от домакинства“ и „Крайно енергийно потребление от публичната администрация, търговията и услугите“).

Предвидените стойности за периода 2014-2020 г. са по-високи спрямо периода 2007-2013 г. В резултат на ОПРР 2014-2020 г. е предвидено намаляване на използваната енергия по ПО1 и ПО2 с общо 23,54 килотона нефтен еквивалент (кт.н.е) до 2023 г., като за сравнение по ОПРР 2007-2013 г. е постигнато намаляване от 16



килотона<sup>2</sup> до 2014 г., а е заложена цел от 21 кт. н.е. до 2015 г.

След направените изчисления, се установява, че икономията, измерена в мвч/годишно (276 018<sup>3</sup>), също е по-голяма спрямо предвиденото и постигнатото по ОПРР 2007-2013 г. (181 316 общо по ПО1 и ПО4). С оглед на по-големия бюджет за ЕЕ по ОПРР 2014-2020 г. заложениите по-високи стойности са логични.

Индикатор „Понижаване на годишното потребление на първична енергия от обществените сгради“ е включен в Рамката на изпълнението на ПО1 с етапна цел за 2018 г. от 15 732 281 kWh/година. Рамката е новост в периода 2014-2020 г. и съдържа индикатори (финансови, продукти, резултат) и ключови стъпки, които имат за цел да осигурят контрол върху постигането на резултатите, които са в контрола на Управляващите органи (ЕС, 2014b). Този инструмент е отражение на резултатната-ориентираност на подхода на ЕК в периода 2014-2020 г. (Sweco, 2016). Насоките за кандидатстване по схемата, която трябва да допринесе за постигането на заложената етапна цел (BG16RFOP001-1.001-039), са публикувани месец след одобрението на програмата - през юли 2015 г. и до края на 2015 г. не са получени проектни предложения по нея (МРРБ, 2016). Първият договор за безвъзмездна помощ по схемата е подписан едва в края на август 2016 г.<sup>4</sup>, т.е. времето за постигането на етапната цел е по-малко от година и половина. За сравнение, през първите 5 години от програмен период 2007-2013 г. ОПРР постига сходна стойност на

---

<sup>2</sup> 13 кт.н.е./г по ПО1 и 3 кт.н.е. по ПО4

<sup>3</sup> Изчисленията са направени по следния начин: 104670 (Крайно енергийно потребление от домакинства (ПО1) + 83682 (Крайно енергийно потребление от публичната администрация, търговията и услугите (ПО1) + 30703 (Крайно енергийно потребление от домакинства (ПО2) + 56963 (Крайно енергийно потребление от публичната администрация, търговията и услугите (ПО2) = 276 018

<sup>4</sup> Списък на операции по Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014-2020 г., Приоритетна ос 1 „Устойчиво и интегрирано градско развитие“, информация за сключени договори по процедура BG16RFOP001-1.039 „Изпълнение на интегрирани планове за градско възстановяване и развитие 2014-2020“. Дата на актуализация: 24/07/2017.

индикатора „Икономия на енергия от обновяване на сгради“ (17 789 mWh/година), но то е постигнато с по-ранно стартиране на схемите.

Аналогичен е случаят със същия индикатор и по ПО2 (с етапна цел за 2018 г. от 5 140 348 kWh/година), като схемата е обявена през август 2015 г. с краен срок за кандидатстване май 2016 г. и първи сключени договори през септември 2016 г.<sup>5</sup> В самата оперативна програма е направено допускане, че проектите по двете оси ще бъдат договорени до края на 2015 г. и ще приключат за три години. Изоставането с една година показва, че достигането на етапната цел за индикатора „Понижаване на годишното потребление на първична енергия от обществените сгради“ е изложено на риск. Постигането на етапните цели ще бъде оценявано през 2019 г. и в случай на непостигане на целите може да се стигне до спиране на междинни плащания (ЕС, 2013).

Общо по програмите за регионално развитие за двата програмни периода е предвидено реализиране на енергийни спестявания в размер на 44,54 кт.н.е. (21 кт.н.е. за периода 2007-2013 г. и 23,54 за периода 2014-2020 г.). При комбиниране на постигнатата стойност към 2014 г. по ОПРР 2007-2013 г. (16 кт.н.е.) с очакваната по ОПРР 2014-2020 г. енергийните спестявания са в размер на 39,54 кт.н.е.

Както е посочено в ОПРР 2014-2020 г., дейностите за подобряване на енергийната ефективност ще допринесат за постигане на националната цел по отношение на повишаване на енергийна ефективност. Но какъв в действителност е очакваният принос?

Максималният очакван принос на двете оперативни програми към националните цели за енергийни спестявания са около 6% от предвидената обща цел и близо 20% от очаквания принос на национални и европейски средства за енергийни спестявания към 2020 г. Следва да се подчертае, че този принос се базира на

---

<sup>5</sup> Списък на операции по Оперативна програма „Региони в растеж” 2014-2020 г, Приоритетна ос 2 Подкрепа за енергийна ефективност в опорни центрове в периферните райони, Информация за сключени договори по процедура BG16RFOP001-2.001 „Енергийна ефективност в периферните райони“, дата на актуализация: 25/01/2017

прогнозни, а не на реални данни и е с времеви хоризонт 2023 г., а не 2020 г. Ако се разгледат реалните данни по ОПРР 2007-2013 г. (към 2014 г.) и към тях се добавят етапните цели към 2018 г., за които вече беше уточнено, че са изложени на риск от забавяне, към 2020 г. реалистично може да се очаква следният принос на оперативните програми към националните цели: 2,5% принос към цялостната индикативна национална цел за енергийни спестявания и 7,7% към очаквания принос на национални и европейски средства за енергийни спестявания. Принос на програмите за регионално развитие под 10% към очакваните резултати финансирани чрез национални и европейски средства за постигане на националната цел за енергийни спестявания към 2020 г. може да бъде определен като незадоволителен.

## **5. Ресурси - предвидени и използвани средства за повишаване на сградната ЕЕ**

Предвидените ресурси за енергийна ефективност по ОПРР 2014-2020 г. са повече от два пъти по-големи спрямо предвиденото в предходния програмен период. Средствата за енергийна ефективност по ПО1 и ПО2 представляват около 23% от цялостното финансиране от ЕФРР по програмата (без финансирането по Техническа помощ).<sup>6</sup> За сравнение, предвидените средства за енергийна ефективност по ОПРР 2007-2013 г. представляват около 8% от цялостния принос на ЕФРР по програмата. Общо за двата програмни периода по програмите за регионално развитие са предвидени внушителните 400 млн. евро по ЕФРР и над 460 млн. евро цялостно финансиране (национално и от ЕФРР).

Данните показват нарастване на предвидените ресурси за ЕЕ спрямо предходния програмен период както в номинално, така и в процентно изражение, но доколко това е обвързано с нарастване на целевите стойности на индикаторите? Стойностите на индикаторите и съответните предвидени бюджети са представени в таблица 1.

---

<sup>6</sup> Изчислението е направено по следния начин: 287 839 708 евро подкрепа от Съюза за енергийна ефективност / 1 267 169 793 евро цялостна подкрепа от Съюза по програмата = 22,72.

Таблица 1

**Ефикасност на очакваните разходи за ЕЕ по ОПРР 2007-2013 г. и 2014-2020 г.**

ОП	Заложена стойност (мВч/г) (1)	Бюджет (евро) (2)	РЕПР (2)/(1)
ОПРР 2007-2013	245 000	129 056 855	527
ОПРР 2014-2020	276 018	338 634 951	1227

*Източник: ОПРР 2007-2013 г., ОПРР 2014-2020 г., собствени изчисления.*

Както е видно от таблица 1, повече от двойното увеличаване на ресурсите за ЕЕ не е обвързано с пропорционално увеличаване на очакваните стойности на резултатите. Очакваните разходи за единица продукт (РЕПР) са близо два пъти по-ниски (т.е. по-ефикасни) в периода 2007-2013 г., отколкото в настоящия програмен период.

Друг интересен въпрос е разликата в предвидената ефикасност на инвестициите в жилищни и обществени сгради по ОПРР 2014-2020 г. Тя е демонстрирана в таблица 2.

Таблица 2

**Ефикасност на средствата по ОПРР 2014-2020 г.**

Индикатор	кт.н.е .	мВч/г	евро (нац. и ЕФРР)	РЕПР
КЕП <sup>7</sup> жилищни сгради - домакинства (ПО1)	9	104 670	155 286 845	1 484
КЕП обществени сгради (ПО1)	7	83 682	77 643 422	928
КЕП жилищни сгради - домакинства (ПО2)	2,64	30 703	52 852 341	1 721
КЕП обществени сгради (ПО2)	4,9	56 963	52 852 342	928

*Източник: ОПРР 2014-2020 г., собствени изчисления (конвертиране International Energy Agency).*

<sup>7</sup> КЕП – крайно енергийно потребление.

Данните показват, че повишаването на ЕЕ на обществените сгради се очаква да донесе по-ефикасни резултати спрямо инвестициите в жилищни сгради. Ефикасността на мерките за ЕЕ в жилищни сгради се очаква да бъде по-висока по ПО1 (насочена към общините на 39 града от 1-во до 3-то йерархично ниво от националната полицентрична система), отколкото по ПО2 (насочена към 28 общини на малки градове – опорни центрове от 4-то ниво на националната полицентрична система).

#### **6. Други (водещи) фактори от външната среда, включително други програми за повишаване на сградната ЕЕ**

Въпреки въздействието на външни фактори, в случай, че стойностите на индикаторите за икономия на енергия от обновяване на сградите са правилно измерени на базата на енергийни обследвания, тогава влиянието на тези външни фактори е отчетено и постигнатите стойности са пряко обвързани с изпълнението на оперативните програми. Това е валидно за индикаторите за продукт на ОПРР 2014-2020 г., тъй като техните стойности се очаква да бъдат дефинирани на база на енергийни обследвания.

Не така стои въпросът с останалите индикатори за резултат в сферата на енергийната ефективност по ОПРР 2014-2020 г. Крайното енергийно потребление от домакинства зависи освен от енергийната ефективност и от икономическия статус на домакинствата. Освен това, индикаторът е зависим и от броя на домакинствата, но както показват данните на НСИ (2011), броят на домакинствата е приблизително еднакъв за периода 1992-2011 г. - около 3 млн.

В ОПРР 2014-2020 е използван индикаторът крайно енергийно потребление от публичната администрация, търговията и услугите, но следва да се има предвид, че програмата въздейства единствено върху енергийното потребление на публичната администрация. Съответно използваната енергия в търговията и услугите са изцяло външни за програмата фактори, върху които въздействат общите икономически тенденции в страната.

Освен оперативните програми за регионално развитие, други основни програми, които предоставят средства за енергийна ефективност включват: Програмата Кредитната линия за енергийна

ефективност в бита (REECL); Фонд "Енергийна ефективност и възобновяеми източници" (ФЕЕВИ); Международен фонд "Козлодуй" (МФК); и Националната схема за зелени инвестиции, чийто оператор е Националният доверителен Екофонд. Изчисленията на ефикасността на тези мерки показва, че ОПРР 2007-2013 г. значително изостава по този показател (вж. Таблица 3).

Таблица 3

### Постигнати спестявания на енергия на основни програми за ЕЕ в МВч/г.

Схема/Програма	Постигната стойност	Бюджет на схемата (евро)	РЕПР (вложени средства / постигнати стойности)
<b>ОПРР 2007-2013 г. (схема BG161PO001/1.1-09/2010)</b>	64257	50 815 526	791
<b>2014</b>			
Кредитна линия за енергийна ефективност в бита	14135	4 984 216	353
Фонд „Енергийна ефективност и възобновяеми източници“	3713	1 606 217	433
Международен фонд „Козлодуй“	22084	10 890 000	493
<b>2015</b>			
Кредитна линия за енергийна ефективност в бита	14145	4 987 704	353
Фонд „Енергийна ефективност и възобновяеми източници“	1865	756 330	406
Международен фонд „Козлодуй“	83660	30 400 000	363

*Източник: Годишни отчети за изпълнението на национален план за действие по енергийна ефективност 2014 - 2020 г. (за 2014 и 2015 г.), Годишен отчет за изпълнението на ОПРР 2007-2013 г. за 2014 г., Екорис 2015.*

Като се има предвид, че програмираната ефикасност на ОПРР 2014-2020 г. е още по-ниска (вж. Таблица 1), заложените стойности

на индикаторите за ЕЕ би следвало значително да бъдат задминати, за да може програмата да се доближи до ефикасността на сходни програми.

По отношение конкретно на ОПРР 2014-2020 г., интересно е да се проследи ефикасността спрямо Националната програма за енергийна ефективност (НПЕЕ), одобрена с ПМС<sup>8</sup> през февруари 2015 г. Към 15 юли 2017 г. по НПЕЕ са сключени 2022 договора на стойност 1 394 633 557,74 лв., като очакваната икономия на енергия от обновените жилищни сгради за всички 2022 сгради е: 961 688 756 kWh/годишно<sup>9</sup>.

Таблица 4

**Очаквана ефикасност на средствата по ОПРР 2014-2020 г. в сравнение с НПЕЕ**

Индикатор	мВч/г	евро (нац. и ЕФРР)	РЕПР
КЕП жилищни сгради - домакинства (ПО1)	104 670	155 286 845	1 484
КЕП жилищни сгради - домакинства (ПО2)	30 703	52 852 341	1 721
Икономия на енергия от обновени жилищни сгради по НПЕЕ	961 689	713 064 815	741

*Източник: ОПРР 2014-2020 г., информация за изпълнението на НПЕЕ, предоставена на Народното събрание.*

<sup>8</sup> Постановление №18 от 2 февруари 2015 г. за приемане на Национална програма за енергийна ефективност на многофамилните жилищни сгради, за условията и реда за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по програмата и за определяне на органите, отговорни за реализацията ѝ.

<sup>9</sup> Писма на Министъра на Регионалното развитие и благоустройството до Председателя на 44-то Народно събрание относно Предоставяне на информация съгласно Решение на Народното събрание от 09.06.2017 г. за изпълнение на Националната програма за енергийна ефективност на многофамилни жилищни сгради.

Сравнението на очакваната ефикасност на инвестициите по ОПРР 2014-2020 г. и НПЕЕ отново не е в полза на оперативната програма, което потвърждава заключението за занижените стойности на индикаторите за икономия на енергия от домакинствата и за необходимостта да бъдат постигнати по-високи стойности на тези индикатори. Ако стойностите на индикаторите не бъдат задминати поне двойно, това би означавало значителна липса на ефикасност на инвестициите по ОПРР 2014-2020 г.

## 7. Основни изводи

Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014-2020 г. е в етап на изпълнение и все още не може да бъде направена оценка на нейните резултати. Въпреки това в програмирането и изпълнението на програмата вече могат да бъдат идентифицирани слабости, които да повлияят на очакваните резултати. На първо място това се отнася до базовия елемент на всеки логически модел – идентифицирането на потребностите. Социално-икономическият анализ, оперативната програма и насоките за кандидатстване не включват преглед на конкретни потребности по отношение на ЕЕ, които да могат да се превърнат в солидна база за идентифициране на конкретни цели.

Конкретен анализ на потребностите би следвало да послужи и за аргументиране на избора на типове интервенции (например безвъзмездна финансова помощ чрез грантове или финансови инструменти). Такава аргументация не е включена в ОПРР 2014-2020 г. Енергийните обследвания са задължителен елемент при предоставянето на финансиране по програмата, но отчитането на периода на изплащане на инвестициите не е включено като критерий за оценка. В тази връзка, **ефективността на разходите все още не се използва за избор на проекти, които да получат финансиране.**

ОПРР 2014-2020 г. включва редица индикатори, обвързани с енергийната ефективност. Предвидените стойности на енергийните спестявания за настоящия програмен период (23,54 кт. н.е. до 2023 г.) са по-високи спрямо периода 2007-2013 г. (заложен цел от 21 кт. н.е. до 2015 г. и постигнати 16 кт. н.е. към 2014 г.). Като се има



предвид по-големият бюджет за енергийна ефективност по ОПРР 2014-2020 г., заложените по-високи стойности не са изненадващи. В същото време, заложените стойности на индикатор „Понижаване на годишното потребление на първична енергия от обществените сгради“, който е включен в Рамката на изпълнението на приоритетна ос 1 (ПО1) и ПО2 на програмата, **трудно могат да бъдат постигнати до 2018 г.**, заради изоставането на одобрението на програмата.

Разглеждането на стойностите на индикаторите дава представа и за очаквания принос на програмата към постигането на националните цели за енергийни спестявания - 10,2% от очаквания принос на национални и европейски средства за енергийни спестявания (измерени в крайно енергийно потребление - КЕП) за 2020 г. Заложените по програмата цели са с друг времеви хоризонт - 2023 г. В този смисъл, ако се разгледат реалните данни по ОПРР 2007-2013 г. и към тях се добавят етапните цели по ОПРР 2014-2020 г. към 2018 г., за които вече беше уточнено, че са изложени на риск от забавяне, към 2020 г. реалистично може да се очаква следният принос на оперативните програми към националните цели: 2,5% принос към цялостната индикативна национална цел за енергийни спестявания и 7,7% към очаквания принос на национални и европейски средства за енергийни спестявания. Като се имат предвид ресурсите, принос под 10% на програмите за регионално развитие към **очаквания принос от национални и европейски средства за постигане на националната цел за енергийни спестявания към 2020 г. може да бъде определен като незадоволителен.**

Размерът на предвидените по ОПРР 2014-2020 г. ресурси е повече от два пъти по-голям спрямо предвиденото в предходния програмна период. Общо за двата програмни периода по ОП за регионално развитие са предвидени внушителни ресурси: над 400 млн. евро по ЕФРР и над 460 млн. евро цялостно финансиране. Обвързването на ресурсите със стойностите на индикаторите показва, че **повече от двойното увеличаване на ресурсите за ЕЕ не е свързано с пропорционално увеличаване на очакваните**

**стойности на резултатите.** Разходите за единица продукт (РЕПР) са близо два пъти по-ниски (т.е. по-ефикасни) в периода 2007-2013 г., отколкото очакваните разходи/резултати в настоящия програмен период.

**Очакваната ефикасност на ОПРР 2014-2020 г. е значително по-ниска от постигнатата ефикасност по други сходни програми.** Изчисленията на ефикасността на ОПРР за двата програмни периода ясно показва значително изоставане спрямо мерки като REECL, ФЕЕВИ, МФК, Националната схема за зелени инвестиции и НПЕЕ. Като се има предвид, че програмираната ефикасност на ОПРР 2014-2020 г. е по-ниска спрямо периода 2007-2013 г., заложените стойности на индикаторите за ЕЕ би следвало значително да бъдат задминати, за да може програмата да се доближи до ефикасността на сходни програми.

### **Използвана литература**

1. ЕК (2010). Европа 2020 - Стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Брюксел, 3.3.2010 г.

2. Екорис (2015). Оценка на въздействието на интервенциите по Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007–2013 г. и на приноса им за изпълнение на хоризонталните политики на ЕС. Окончателен доклад. София. юни 2015 г.

3. ЕС (2013). Регламент (ЕС) № 1303/2013 на Европейския парламент и на Съвета. 17.12.2013 г., чл. 22.

4. МС (2012). Национална концепция за пространствено развитие за периода 2013 - 2025 г., приета с Протокол №47 на заседание на Министерски съвет от 19.12.2012 година.

5. МРРБ (2013). Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г. София. септември 2013 г.

6. МРРБ (2015). Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014-2020. Одобрена с решение на Комисията С(2015)4138 от 15.06.2015 г.

7. МРРБ (2016). Годишен доклад за изпълнението на Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014 – 2020 за 2015 г. 12.05.2016 г.

8. НСИ (2011). Преброяване на населението и жилищния фонд в Република България 2011 г.

9. Обединение „Регионални анализи за 2014+“ (2012). Социално-икономически анализ за нуждите на Оперативна програма „Регионално развитие“ за периода 2014-2020 г.” София, октомври 2012 г.

10. EC (2014a). Guidance Document on Monitoring and Evaluation – ERDF and Cohesion fund. Concepts and recommendations. DG REGIO, January 2014.

11. EC (2014b). Guidance Fiche. Performance Framework Review and Reserve in 2014-2020. Final version. 14 May 2014.

12. Earl, et.al. (2001). Outcome Mapping: Building, Learning, and Reflection into Development Programs. International Development Research Centre. Ottawa, 2001.

13. ICF (2014). Evaluation of building projects under the Intelligent Energy Europe II Programme. A report for the Executive Agency for Small and Medium Sized Enterprises (EASME).

14. Gaffey, V. (2012). A Fresh Look at the Intervention Logic of Structural Funds. Paper presented at the European Evaluation Society Conference in Helsinki, 4th October 2012.

15. Morgan, S. and Winship, C. (2015). Counterfactuals and Causal Inference. Methods and Principles for Social Research. New York: Cambridge University Press.

16. Sweco, ÖIR, Spatial Foresight (2016). The implementation of the performance frameworks in 2014-2020 ESI Funds. Final Report – August 2016.

# АНАЛИЗ НА СЪЩЕСТВУВАЩО УЛИЧНО ОСВЕТЛЕНИЕ С ПОДМЯНА НА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНО

*Татяна Радева*

## ANALYSIS OF EXISTING ENERGY EFFICIENCY LIGHTING

*Tatyana Radeva*

### Abstract

The article presents a comparative analysis of street lighting on the territory of a municipality (Chelopech municipality), assessing the state of existing street lighting and proposing specific energy saving measures to increase the energy efficiency of street lighting systems, reducing the electricity costs of the municipality (direct and indirect) and enhancing the security and performance of street lighting systems in the area.

*Key words: energy efficiency, street lighting, costs.*

### 1. Въведение

Основната цел на пакета технически енергоспестяващи мерки е да се увеличи сигурността и непрекъсваемостта и да се повиши енергийната ефективност на системите за уличното осветление, чрез намаляване разходите за електроенергия на общината (преки и косвени) и повишаване сигурността и експлоатационните характеристики на системите на уличното осветление на територията.

Основната цел при уличното осветление е да се увеличи сигурността и непрекъсваемостта на осветеност. Подобряване на нивото на уличното осветление в съответствие с българския стандарт за улично осветление БДС EN 13 201. Намаляване на преките разходи на общините за улично осветление при осигурено високо качество на осветлението. Осигуряване на безопасно движение на моторните превозни средства повишаване сигурността на движение на пешеходците нощно време и създаване на комфортна нощна

атмосфера.

В цялостната си постройка и провеждане, енергийното обследване се изгражда на базата на систематизирани правила и процедури, целящи разкриване на потенциални възможности за икономия на енергия, на базата на анализ на действието на обекта от достатъчно дълъг изминал период до момента на осъществяването му. Базата данни е основа за разработката на следващите етапи на проекта: анализ и оценка на потенциала за енергоспестяване; избор на мерки за енергийна ефективност; светлотехническо проектиране, както и за разработка на модерна система за управление на поддръжката на уличното осветление.

Поставени за решаване са следните задачи :

1. Дефиниране на подходи и методи за обновяване на уличното осветление в общината, с цел подобряване на светлинната среда, снижаване консумацията на електрическа енергия и намаляване на експлоатационните разходи въз основа на съществуващото състояние на системата и енергопотреблението през последните три години.

2. Анализ на текущото състояние на уличното осветление от гледна точка на светлотехническата, енергийната и експлоатационната ефективност.

3. Оценка на светлотехническите характеристики в светлината на съвременните изисквания за нормиране на уличното осветление.

4. Избор на целесъобразни източници на светлина.

5. Изследване възможностите за внедряване на съвременни системи за управление на уличното осветление.

6. Сравнителен анализ на уличното осветление в общината по критерий ефективност на вариантите за модернизация.

7. Препоръки за наблюдение и експлоатация на системата за уличното осветление.

8. Подобряване сигурността и безопасността на населението, чрез проектиране на улично осветление, отговарящо на националните и европейските стандарти.

При обследването на уличното осветление на всички населени места се използвани две основни стратегии за организация на

структурата на базата данни: заснемане на данните по улици за всяко селище по отделно и коректна сравнимост на резултатите от консумираната общата електроенергия за съществуващото и новото осветление. Направените оценки в обследването са извършени въз основа на проучвания, аналитични пресмятания и проведени измервания върху съществуващото и работещо улично осветление.

Екипът занимаващ се с обследването е необходимо обстойно да се запознае със системата на улично осветление на дадената територията, с инсталираните електрически мощности, както и със средствата за измерване и контрол. Също така е необходимо да бъдат извършени и измервания на основните входящи енергийни потоци.

## **2. Сравнителен анализ**

### ***2.1 Данни за състоянието на съществуващото улично осветление (на община Челопеч)***

Уличното осветление на територията на общината обхваща едно населено място и към дадения момента по проект има общо 518 светлинни точки, от които са инсталирани 571 броя улични осветителни тела с натриеви-лампи високо налягане (НЛВН)- 50 и 70 W, (КЛЛ)- 2x36 W и 53 броя тип паркови осветителни тела.

В преобладаващата си част уличното осветление включва:

- осветителни тела с НЛВН -50 W и степен на защита IP-65 – 176 бр.

- осветителни тела с НЛВН - 70 W и степен на защита IP-65 – 279 бр.

- осветителни тела с КЛЛ- 2x36 W и степен на защита IP-65 – 63 бр.

- паркови осветителни тела с КЛЛ- 36 W и степен на защита IP-54 – 53 бр.

- контролери – целогодишно настройваеми /годишна програма/ - 6 бр.

Уличното осветление за всяко едно населено място, по брой, тип и мощност осветителни тела е посочено по-долу и систематизирано, като списък на осветителните тела по населени места в таблица 1 и 2:

Таблица 1

Населено място	Брой на видовете осветителни тела				Обща бройка
	50W НЛВН	70W НЛВН	2x36W КЛЛ	36W КЛЛ	
община	176	279	63	53	571

Обща инсталирана мощност по видове осветителни тела за община в Таблица 2:

Таблица 2

Описание	50W ЛВН	70W НЛВН	2x36W КЛЛ	36W КЛЛ
Общо за община - бр.	176	279	63	53
Инсталирана мощност на единица тяло (W)	65	84	88	44
Общо инсталирана мощност (KW)	42 752			

**Забележка:** Към мощността на лампите са прибавени и техните загуби.

Характеристика на осветителните тела разположени на територията на общината е систематизирана в Таблица 3, показана по-долу.

Таблица 3

Характеристика	Мощност на системата P <sub>сис</sub>	Загуби	Ефективност
<b>УОТ 50W НЛВН</b>	65W	15W	77%
<b>УОТ 70W НЛВН</b>	84W	14W	83%
<b>УОТ 2x36W КЛЛ</b>	80W	16W	90%
<b>Лум. Паркови 36 W</b>	44 W	8 W	81%

**Забележка:** 1. Улично осветително тяло е означена като- УОТ;  
2. Номинална мощност е означена като – /ном. W /.

Продължителността на работа на системата за улично осветление в общината е показана в Таблица 4:

Таблица 4

Година	2010	2011	2012
Разход (KWh)	111 633	110 279	112260
Инсталирана мощност (KW)	42 752	42 752	42 752
Средно годиншна работа на УО (часове)	2361	2315	2735

## 2.2. Предлагани технически решения

Представен е сравнителен анализ - пример между двата най-често използвани светлинни източника в системата за улично осветление на територията на община Челопеч – съществуващия НВЛН 70 W и бъдещия LED 60 W е нагледна демонстрация на енергийните и икономическите предимства на светодиодното осветление.

За сравнение са използвани най-масовите към момента осветителни тела с натриеви лампи 70 W, съпоставени с еквивалентните светодиодни тела тип 60 W LED (притежаващи същите светлинни характеристики).

Изчисленията са направени за 15-годишен експлоатационен срок при оборудване на улица със 100 тела при следните начални условия:

1. Средна работа на 1 тяло за 1 ден (в рамките на 1 година) - 11 часа,
2. Средна работа на 1 тяло за 1 година - 4 015 часа,
3. Средна цена на електроенергията за 1 KWh - 0.21 лв,  
(за 1 година, на база 2012, при съобразяване с различните цени за различните годишни периоди, различните цени в рамките на денонощието, както и с усреднени други условия).
4. Среден разход за 1(едно) обслужване на 1(едно) конвенционално тяло - от 40 до 45.00 лв.(разходи за поддръжка и сервиз в експлоатационния период).
5. Всички други използвани цени са усреднени.



Таблица 5

		Светлинен източник в осветителното тяло	
		60 W LED	70 W натриева лампа
Реална консумация		65.4 W	85 W
Практически живот		15 години	3.5 години
Брой подмени на източника за 15 години		няма	4.5 пъти
	За период от 15 години за 1 тяло:		
1	Консумация	3 855 KWh	5 119 KWh
2	Средна цена на 1 KWh	*0,21 лв.	*0.21 лв.
3	Разходи за консумирана енергия	809 лв.	921 лв.
4	Разходи за тяло	210 лв.	130 лв.
5	Цена на лампа	няма	20 лв.
6	Разходи за нови лампи	няма	(4.5 x 20 лв.) 90лв.
7	Разходи за смяна и сервиз	няма	(4.5 x 45 лв.) 202 лв.
8	Обща сума разходи за 1 тяло (т.3+т.4+т.6+т.7)	1019 лв.	1 343 лв.
I	Разходи за 15 години за 100 тела	101 900 лв.	134 300 лв.
	Спестявания за 15 години за 100 тела:		При замяна на натриево тяло с LED
1	Спестена електроенергия	-	246 900 KWh
2	Спестени разходи	-	65 600 лв.

**Забележка:** \* Това е средна цена на улично осветление за 2012 г. за електроразпределителното предприятие ЧЕЗ. Посочената цена е примерна и ще се увеличава в следващите 15 години.

В случай , че направените изчисления принципно се отнесат към една средно голяма община, на чиято територия има до 5000

броя осветителни тела, при подмяна на съществуващите улични лампи с нови LED осветителни тела за периода от 15 години ще бъдат приблизително спестени от монтажа на LED осветители (60 W) само от подмяната на съществуващите еквивалентни натриеви тела (70 W) съответно:

Електроенергия, KWh	- 12 345 000 KWh	31 919 000 KWh
Парични разходи, лв.	- 3.775 млн. лв.	5.745 млн. лв.

Реалната стратегия за реконструкция се намира между тези две гранични стратегии и естествено ние търсим, как да изберем икономически най-изгодната стратегия за реконструкция в случая. И в тази връзка предлагаме да решим задача за реконструкцията на улично осветление:

- първо използвайки съществуващите стълбове и електрически мрежи да се демонтират старите улични осветителни тела (УОТ) и се монтират нови високефективни светлодиодни осветители от последно поколение

- второ не трябва да пренебрегваме и факта, че чрез детайлизиране на графика за осветление по сезони и ценови зони, може също да се постигнат допълнителни икономия на електроенергия и труд и по тази причина ще предлагаме да се внедри и нова система за управление и контрол УО в община Челопеч. При тези условия може да се дефинира оптимизационна задача за минимизиране на разходите при реконструкция на съществуващата УО.

Годишните разходи на уличната осветителна уредба са равни на:

$$C_{\text{год}} = C_{\text{г.ел}} + C_{\text{г.и}} + C_{\text{г.ер}},$$

където:  $C_{\text{г.ел}}$  - са средногодишните разходи за електроенергия за времето на живот на уредбата (12-20 год) при средно годишно увеличение на цената на електроенергията с 6%.  
(по средно европейски данни)

$C_{\text{г.и}}$  - годишни разходи за погасяване на сумата за първоначални инвестиции ( мин.10 год.-от икономии на енергия).

Ст.ер - годишни експлоатационни разходи на УО включващи при светодиодните осветители само разходи за лампи и разходи за подмяна на лампите.

Тъй като електроенергията участва с повече от 50% в общите годишни разходи за изплащане и експлоатация на уредбата, намаляването на консумацията е най-важният фактор при оптимизиране реконструкцията на УО.

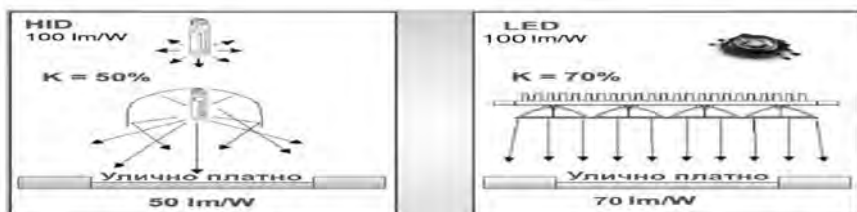
Това означава, че като използваме на светодиодни осветители с висок к.п.д. и оптимални светлоразпределителни криви, с максимален светлинен добив и оптимална експлоатация на УО, ще постигнем максимален ефект. При покупка на качествени осветители, които имат дълъг живот, първоначалните инвестиции ще се изплатят за по-дълго време, като така се намалява и финансовата тежест и се постига дългосрочна енергийна ефективност и осветеност. Докато ако се възприеме обратния подход – да се закупят евтините осветители с много ограничени енергоспестяващи и сватлотехнически качества и кратък живот, ще се наложи отново да бъде реконструирана системата за УО след не повече от 5 години, за да отговаря УО на изискванията за енергийна ефективност и европейски норми за осветеност. Това икономически няма да е изгодно за Общинския бюджет по отношение на услугата улично осветление. За това първият начин на осъществяване и отчитане на инвестициите е най-близо до реалната ситуация, в която трябва да работят общините в момента, защото така се отчитат едновременно и размера на инвестицията, процента на икономия и срока за изплащането ѝ.

Днес водещи фирми в областта на осветлението разработват и предлагат на пазара осветители, изпълнени със светодиоди за улично осветление.

Затова е подходящо да се въведе светодиодно осветление, като една от най-перспективните мерки за ефективност на уличното осветление и да се изпълнят цялостно (улицы, паркове, осветлението пред общинските сгради, училището и детската градина и др.) от УО на територията на община Челопеч.

За потвърждение на горното е и факта, че при светлинните

източници за улични осветителни тела НЛВН е доказано ,че специфичните им геометрични размери дори и в най-добрите варианти не позволяват концентрирането на светлинния поток, там където е наистина необходим, а именно върху пътното платно с повече от 60-70%. От друга страна, с развитието на светодиодните технологии и постоянните изследвания за прилагане на оптични лещи, светодиодните модули позволяват прецизно насочване на светлинния поток. Такова сравнение е показано на схемите по-долу.



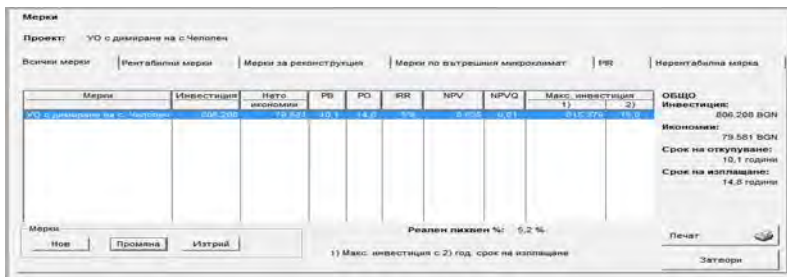
**Фиг.1. Осветеност от НЛВН и LED осветители**

### 3. Изводи

**Изчисленията са проведени по следните показатели:**

- Номинален лихвен процент - 9.2 %
- Инфлация за 2012 г. – 3.8 %
- Необходими инвестиции (IO) – лева
- Нетни годишни икономии (B) – лева/год.
- Срок на откупуване (PB) - години
- Срок на изплащане (PO) - години
- Вътрешна норма на възвръщаемост (IRR) - %
- Нетна сегашна стойност (NPV) – лева

В таблицата по-долу са показани стойностите на отделните показатели за всяка една от предложените енергоспестяващи мерки, а също така общата инвестиция, икономия, срокът на откупуване и срокът на изплащане на пакета ЕСМ. Рентабилни са мерките, за които  $NPVQ > 0$ .



**Фиг.2** Екран от програмата – ENSI икономически софтуер

Разликата между базовата и необходимата ел. енергия дава икономията, представена в таблица 6:

*Таблица 6*

Инсталирана мощност (KW)	102.421
Годишна работа (часове)	3929
Необходима ел. енергия KWh	156788
Базова ел. енергия KWh	402412
Икономия на ел. енергия KWh	245623

Финансов анализ на мярката е представен по-долу в таблица 7:

*Таблица 7*

Разходи за елементи и материали, лв.	Разходи за демонтаж и монтаж, лв.	Годишни експлоатационни разходи, лв./год.	Разходи общо, лв. с ДДС
-	*	-	806 208
Печалба	Икономия %	Натурална икономия, kWh/a	Парично спестяване, лв./год.
Ел. енергия	5.2 %	245 623	51 580.83
Срок на откупуване, год.			10,1
Срок на изплащане, год.			14,8

## Използвана литература

1. Директива 2005/32/ЕС за определяне на изискванията за екодизайн към енергоемките продукти (EuP).
2. БДС EN 13201-2:2005 “Улично осветление. Част 2: Технически изисквания”.
3. Кючуков Р., П. Петков., 2006, Енергийно-икономически показатели при обследване за енергийна ефективност на осветителните уредби. Енергиен форум Варна, Доклади, том 2.
4. Лингова Ст., 1978, Климатичен справочник на Н.Р. България, том 1. Слънчева радиация и слънчево греене. София. Наука и изкуство.
5. Стефанов Ст., 2009, Минимизиране на светлинният поток на улични осветителни уредби за обслужваща, събирателна и главна улица нормирани по видимост, Годишник на ТУ-София, том 59/2009, книга 1, стр. 128-137.

# УСТОЙЧИВИ СЕЛИЩА И ГРАДСКО ЗЕМЕДЕЛИЕ

*Катинка Михова*

## SUSTAINABLE CITIES AND URBAN AGRICULTURE

*Katinka Mihova*

### Abstract

According to many authors urban agriculture is a sustainable future especially for the urban poor of the developing world. Defined as “an industry located within (intra-urban) or on the fringe (peri-urban) of a town, a city or a metropolis, which grows and raises, processes and distributes a diversity of food and non-food products” (Stewart et.al.) urban agriculture is a kind of informal food supply system. An attention to urban agriculture as a phenomenon in many countries arises. Analyses and attempts for systemizing of benefits and negatives of urban agriculture appears.

**Key words:** *sustainable cities, urban agriculture, city planning, urban sustainability.*

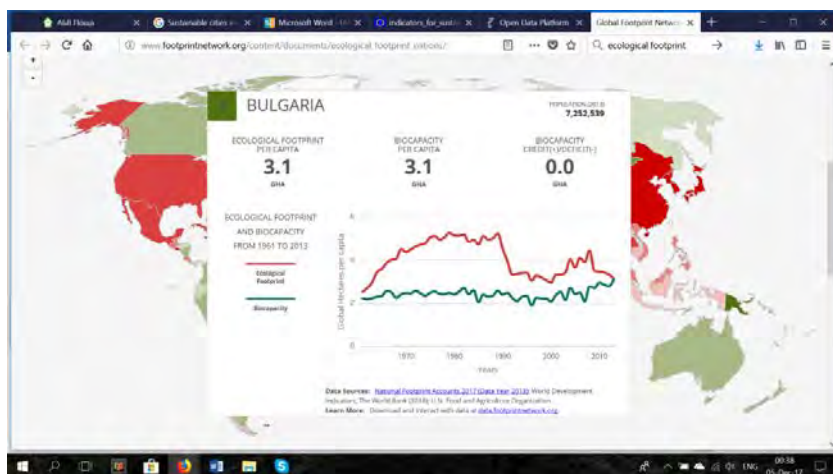
Възниквайки като обща концепция, устойчивото развитие пренася своята същност в много области на човешките дейности, инициативи, програми, политики. Една от тях е и концепцията за **устойчиви селища**. Още в Дневен ред 21, приет на Срещата на върха през 1992 год. в Рио де Жанейро (AGENDA 21, 1992), в Раздел I „Социални и икономически измерения“ е записано като т. 7. *Насърчаване (promoting) на устойчивото развитие на селищата.*

Парадигмата за устойчивото развитие, а оттам и за устойчиви селища, изминава десетилетен път на други идеи и формулировки за развитието на света и човечеството. Наблюдаваните екологични проблеми в градовете – силна урбанизация с интензивно нарастване на населението, гъстота на застрояването, необходимост от големи количества питейна вода и генерирането на все по-големи количества отпадъци, унищожаване и замърсяване на почвите и земите, промяна и намаляване на биологичното разнообразие и много други – прерастват от локални в глобални. Поради все повече

данни за промени в околната среда и наличието на екологични проблеми се появяват анализи и оценки, които свързват функционирането на големите селища и градовете с метаболизма на живите организми. Появява се идеята за **градски метаболизъм** (Grimm et al. в *Indicators for sustainable cities*, 2015), която идея може да се развие в едно устойчиво градско планиране.

За да се реализират устойчивите селища се разработват *индикатори за устойчиви селища* (Indicators for sustainable cities, 2015). Някои международни институции разработват системи от индикатори за устойчиви селища/ зелена столица и други. Всички тези системи включват едни от най-важните индикатори, а именно *потреблението на ресурси* и *генерирането на отпадъци*, макар и детайлизирани по различен начин. Тези два компонента на съществуването на градовете са в основата и на една друга концепция – *екологичен отпечатък*.

*Екологичен отпечатък* като мярка за територия от биологично продуктивна земя и вода за отделен индивид, град, население, държава или дейност, от която се очаква да продуцира всички ресурси за потребление и да абсорбира генерираните отпадъци, измерва се в глобални хектари ГНА.



### Екологичен отпечатък - България

**Източник:** [http://www.footprintnetwork.org/content/documents/ecological\\_footprint\\_nations/](http://www.footprintnetwork.org/content/documents/ecological_footprint_nations/)



По-късно се въвежда и понятието *въглероден отпечатък*, който измерва емисиите на CO<sub>2</sub> във връзка с фосилните горива.

В индикаторите за устойчиви селища се посочва и градското земеделие като възможност за намаляване на екологичния отпечатък на съответното селище, регион, страна.

Много автори определят **градското земеделие** като устойчиво бъдеще особено за градските бедни от развиващите се страни. Като **„производство, разположено в или в близките покрайнини на градовете, което произвежда и дистрибутира различни видове хранителни и нехранителни (растителни) продукти”** (Stewart et.al.) това е вид неформална система за снабдяване с храна. Как се обвързва с планирането и функционирането на градската среда? Може ли да има принос за т.нар. устойчивост на селищата? Интересът към градското земеделие като феномен в бедни, а и в богати страни, нараства и в научни материали се появяват анализи и опити за систематизиране на ползи и негативи.

За целите на един проект, финансиран от Фонд Научни изследвания от 2016 год., а именно *„Градското земеделие като стратегия за повишаване на качеството на живот на градските общности“*, колективът се обединява около следното определение за градско земеделие:

*Градско земеделие - социално значима дейност, обхващаща отглеждането на растения и животни за храна в градска и крайградска среда, както и свързаните с тази дейност процеси, като преработка, маркетинг на продуктите и др ., която може да се осъществява от индивидуални или колективни актьори, на общинска, държавна или частна земя, с пазарен или непазарен характер, и предоставя като продукт освен храни, така и екосистемни, образователни и социални услуги и/или ползи (Градското земеделие като стратегия за повишаване на качеството на живот на градските общности, Изследователски проект ФНИ, 2016).*

При разработването на проекта градското земеделие се разглежда от различни позиции, но акцентът в проекта търси проекциите на градското земеделие върху качеството на живот на

столичната общност. *Качеството на живот* в случая е според определението на Тилкиджиев, а именно: „**Качеството на живот** е интегрален показател на състоянието, постиженията и успеха на индивида, на неговото семейство, общността и обществото както и на дейността на различните нива в управлението“ (Тилкиджиев 2009:116).



„Градина за Дружба“ – ж.к. Дружба София

Снимка: К.Михова, 2017

Много интересно е обобщението на проучените доклади в областта на градското земеделие в някои западни страни, основно в САЩ. Golden (2013) обобщава в каква област на градското земеделие са публикациите, т.е. извежда се една **типология на публикациите**, а именно:

- **20** за общинските градини
- **5** за градски ферми или предприемачески градини
- **8** по въпросите на CSA
- **13** по фермерски пазари
- **31** разглеждат всички типологии на градското земеделие

**Общинските градини за градско земеделие са най-проучвани**

в аспект на социални, икономически и здравни въздействия. Повечето от проучванията се базират на оригинални количествени изследвания. По-голямата част от тези проучвания използват наблюдения, интервюта, анализ на конкретни случаи за да документират въздействията.

Проучваните общински градини географски са ситуирани в големите селища на нискодоходни райони. Нестопанските доклади основно дискутират трудностите при достъп до земя и политическите препоръки. Много от докладите обсъждат нарастващото търсене на общински градини (Golden, 2013:6).

**Градските ферми/стопанства и предприемачески (земеделски) градини** се създават не за домашна консумация, а отглеждат продукция за пазара. Тяхното съществуване е обект на проучвания и доклади от агенции и неправителствени организации и се обсъждат въпроси относно: създаване на работни места, обучение, бизнес инкубатори, достъп до храна. Годишни доклади представят статистика колко семейства си доставят храна по този начин, създадени работни места и др.

**Фермерски пазари и Земеделски програми подкрепяни от общините.** В съответствие с определението на градско земеделие към него се отнася и пазара на това производство. Изследвания се фокусират върху фермерските пазари като място за директен маркетинг: разширяване на бизнеса и стимулиране на добавена стойност.

Като резултат на това проучване (Golden, 2013:8) **въздействията на градското земеделие** се обобщават в групите:

#### **Социални въздействия**

- Създаване на сигурни места / намаляване на запустели места в селищата
- Достъп до земята
- Развитие на общностите / Създаване на социален капитал
- Възможности за образование и развитие на младите хора
- Межкултурна интеграция и интеграция между поколенията

### **Здравни въздействия**

- Достъп до храна и сигурност
- Увеличение на консумацията на плодове и зеленчуци
- Повишена грамотност / познание по отношение на храната и здравето
- Общо Well-Being (ментално здраве и физическа активност)

### **Икономически въздействия**

- Създаване на работни места, обучение, бизнес инкубатори
- Пазарно разрастване за фермерите
- Икономически спестявания за храна
- Спестявания за общинските агенции
- Повишени домакински стойности и ценности

**Макар и некомендиран, в публикацията на резултатите от проучването на екипа от University of California Agriculture and Natural Resources се споменават и екологични въздействия на градското земеделие, а именно:**

- Рециклиране на отпадъци
- Управляване на води при бури и наводнения
- Възстановяване на токсични и увредени земи
- Редуциране на ефекта на *топлинния остров* в селищата и други (Golden, 2013:8).

По отношение на **устройственото планиране** включването на площите с **градско земеделие** има някои проблеми и търсене на решения. Mendes et.al. (2008) формулират проблема като „*Градското земеделие има потенциалът да направи градовете по-социални и екологично устойчиви, но експертите по планиране нямат ефективни политики да стимулират това*“. На основата на така формулирания проблем същият колектив поставят цел, методи, практически указания, подкрепа за научни изследвания, а именно:

**Проблем:** Градското земеделие има потенциал да направи градовете повече социално и екологично устойчиви, но *експертите по планиране нямат ефективните политически лостове да стимулират това*.

**Цел:** Да се анализира как да се използва инвентаризацията на земята за да идентифицира градските територии с потенциал за

градско земеделие за да планират повече устойчиви общности, отговаряйки на два въпроса:

(1) Инвентаризацията на земята дава ли възможност за интегриране на градското земеделие в планирането на града и формулирането на политики?

(2) Инвентаризацията на земята благоприятства ли екологичните и социалните измерения на местния дневен ред за устойчивост?

**Методи:** На базата на *case studies* в Portland, Oregon и Vancouver, British Columbia в САЩ са сравнени две общински инвентаризации на земята с цел идентифициране на публичните територии с потенциал за градско земеделие. Проучвано е как е иницирано, проведено, обхват, мащаб и резултати.

**Резултати и заключения:** Наличие на интеграция в град Portland и малък обхват във Vancouver.

**Разпространение за практиката:** Други местни правителства (общини) на базата на инвентаризация на земята биха могли да очакват: (а) увеличаване на институционалната ангажираност и политическа подкрепа за градско земеделие, (б) обвързване на ГрЗ със съответни цели на устойчивото развитие; (с) осигуряване на включване на обществеността чрез създаване на партисипативни механизми; (д) скициране / изготвяне на план на базата на експертиза на институционалните партньори, вкл. университетите.

Съгласно изразено обобщаващо мнение на *Sustainable cities institute* регулирането на използването на земята е главна функция на местните власти. Отделите по планиране наблюдават и ръководят регулирането в аспекта на използването на земята чрез: планове за развитие, устройствени планове, транспортни схеми, жилищно застрояване, икономическо развитие и зонирание. Местните власти се опират на **зонирането**, което представлява разрешение за специфични дейности в определени географски райони с цел водене към развитие на общността. Според *Sustainable cities institute* основните типове общински зони са:

*Жилищни зони* (Residential Zones) – осигуряват се зони за жилищно развитие с различни видове сгради и гъстота на заселване.

*Търговски зони* (Commercial Zones) – осигуряват работа, пазаруване, услуги, отдых и настаняване за жителите и посетителите на града, включва се и транспорта.

*Административни зони* (Civic Zones) – институциите на общността – община, църкви, училища, библиотеки и публични пространства като амфитеатри, площади и др.

*Индустриални зони* (Industrial Zones) – включват индустриални и производствени дейности в посочени места за развитие на икономиката и да насърчават растеж на заетостта. Тенденцията на разрастване на тези обекти води до негативно въздействие върху земята, водите и биоресурсите.

*Зони открити пространства* (Open Space Zones) – запазват места и зони за отдых на открито, обучение и възпитание, природни и визуални наслади. Тези зони трябва да осигурят общественото здраве, сигурност и благополучие.

Особено внимание заслужава, че *Sustainable cities institute* **отделя** и

**Зони със земеделски земи** *Agricultural Land Zones* – места и зони със селски (rural) характер където селскостопанското използване е желателно. Тези зони са отредени за широк спектър земеделско използване. Жилищно развитие се разрешава при определена гъстота.

Taylor, J.R., & Lovell, S.T. (2012) представят един методически въпрос отнасящ се до получаване на реална информация за и планиране на градско земеделие – **изготвяне на точна карта на съществуващи земеделски зони в града**. Авторите описват случай на проучване в Чикаго за картиране на градско земеделие *чрез ръчно анализиране на въздушни изображения с висока резолюция в Google Earth съвместно с ArcGIS*. Това позволява верифициране на данни за публични и частни терени заети със земеделие. Резултатите на този случай показват, че само 13% от заявените общински градини (*community gardening* е различно от декоративните зелени площи) са от декларирания вид, докато останалите са форми на производство на храна. Зоните за домашна продукция от частни земи са трикратно повече.

Важен е въпросът за управлението и политиките в градското планиране, където се дефинира ролята на участниците. Според Dubbeling (2017) *двете основни групи са градските и регионалните власти и частният сектор.*

**Градските и регионалните/местните власти** (Dubbeling, 2017) могат:

- Да признаят градското земеделие като форма на градско използване на земята, да опазват земеделските зони от градска експанзия и да осигурят сигурността на достъпа на дребни производители;

- Да интегрират градското земеделие в плановете за градско развитие, както и в секторните политики и програми като промени в климата, социално и икономическо развитие.

- Технически и финансово да подпомогнат „градските“ производители.

- Да съдействат на маркетинговите възможности за „градските“ производители.

- Да се включат местните критерии за поръчки в институционални продажби и да поставят критерии за други видове бизнес.

- Да поощряват рециклирането на отпадъци и използването на подходящите в градското земеделие.

- Да въведат нови финансови инструменти за градското земеделие като *въглеродни кредити*, публично-частно партньорство, финансиране на бизнес за местна храна.

Представителите на **частния сектор** могат да (Dubbeling, 2017):

- Подкрепят и насърчават градското земеделие в отговор на търсенето на потребителите

- Включват местните източници в техните стратегии за покупки

- Подкрепят развитието на нови градски фермерски системи каквито са реализирани по места

- Могат да включат отглеждането на храна в строителните сертификационни схеми (на примера на LEAD и BREEM)

- Да свържат корпоративната социална отговорност с

устойчивото отглеждане на храна в градска среда.

**Публичните и частните институции** биха могли да се обвържат с градското земеделие и да повишат градската устойчивост. Макар че площите с градско земеделие не биха могли да се конкурират с екологичните ползи, които осигуряват декоративните зелени площи с висока растителност и значима биомаса, то те имат своите социални, а също и екологични и икономически ползи. Би могло да се каже така, както Директорът на RUAF Фондацията, с повече от 20 години опит в градското земеделие в много градове по света г-жа *Marielle Dubbeling*, казва:

**„Устойчивите селища изискват градско земеделие“.**

### Използвана литература

1. Градското земеделие като стратегия за повишаване на качеството на живот на градските общности, Изследователски проект ФНИ <<https://www.urbanagriculture-bg.com/>> (ноември 2017)

2. Тилкиджиев, Н. 2009. Качеството на живот: критерии за подобро общество. В: *Социология*, № 1.

3. Dubbeling, M. 2017. Sustainable Cities Require Urban Agriculture, *Meeting of the Minds*, <<http://meetingoftheminds.org/sustainable-cities-require-urban-agriculture-20941>> (ноември 2017)

4. Ecological Wealth of Nations [http://www.footprintnetwork.org/content/documents/ecological\\_footprint\\_nations/](http://www.footprintnetwork.org/content/documents/ecological_footprint_nations/) (ноември 2017)

5. Golden, S. 2013. *Urban Agriculture Impacts: Social, Health, and Economic: A Literature Review*, University of California Agriculture and Natural Resources <<http://asi.ucdavis.edu/programs/sarep/publications/food-and-society/ualitreview-2013.pdf>>

6. Mendes, W., K. Balmer, T. Kaethler, and A. Rhoads 2008. Using Land Inventories to Plan for Urban Agriculture: Experiences from Portland and Vancouver, *Journal of the American Planning Association* Vol. 74, No 4, Autumn 2008 <[https://de.ryerson.ca/DE\\_courses/uploadedFiles/6054\\_Community/CVFN411/Modules/Module\\_11/Mendes%20et%20al%20Urban%20agriculture%20inventories.pdf](https://de.ryerson.ca/DE_courses/uploadedFiles/6054_Community/CVFN411/Modules/Module_11/Mendes%20et%20al%20Urban%20agriculture%20inventories.pdf)>(ноември 2017)

7. Science for Environment Policy 2015. *Indicators for sustainable*



*cities*. In-depth Report 12. Produced for the European Commission DG Environment by the Science Communication Unit, UWE, Bristol. <<http://ec.europa.eu/science-environment-policy>> (нояври 2017)

8. Stewart et al. 2013. What are the impacts of urban agriculture programs on food security in low and middle-income countries? *Environmental Evidence* 2013, 2:7, <doi:10.1186/2047-2382-2-7>

9. Taylor, J.R., & Lovell, S.T. 2012. Mapping public and private spaces of urban agriculture in Chicago through the analysis of high-resolution aerial images in Google Earth, *Landscape and Urban Planning* <[http://www.multifunctionallandscape.com/uploads/Taylor\\_and\\_Lovell\\_2012\\_-\\_Mapping\\_public\\_and\\_private\\_spaces\\_of\\_urban\\_agriculture\\_in\\_Chicago.pdf](http://www.multifunctionallandscape.com/uploads/Taylor_and_Lovell_2012_-_Mapping_public_and_private_spaces_of_urban_agriculture_in_Chicago.pdf)> (нояври 2017)

10. UNCED AGENDA 21, 1992. Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992 <<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>> (нояври 2017).

# УСТОЙЧИВИ ГРАДОВЕ

*Деница Косева*

## SUSTAINABLE CITIES

*Denitsa Koseva*

### Abstract

The sustainable development has led to improvement of the conditions in the urban areas. Sustainable cities are nature-safe, socially inclusive and economically productive. The concept requires balancing the goals for social, economic, environmental and governance factors. A sustainable city should allow long-term development without compromise for future generations to meet their own needs.

**Key words:** *sustainable, development, cities, environment, concepts.*

### Въведение

През последните няколко десетилетия градовете са центрове със засилена икономическа активност, иновации и работни места. Те са изправени пред възможностите и предизвикателствата на глобализацията. Ускоряват се темповете на развитие на градските райони. Това води до необходимостта от насочване на вниманието и изследване на промените, които настъпват в градовете.

Актуалността на разглежданата научна проблематика е свързана с повишаване на ролята и значението на градовете в световен мащаб и открояването им като ключов фактор в разширяващата се концепция за устойчиво развитие. Субурбанизацията, глобализацията, замърсяването на околната среда (въздух, почва и вода) и научно-техническия прогрес във всички сфери на общественото развитие водят до началото на устойчивото градско развитие. Необходимо е икономическите, социалните, културните и екологичните измерения на градския живот да бъдат преплетени в единен интегриран подход с цел постигане на икономическо развитие, образование, социално

приобщаване и опазване на околната среда.

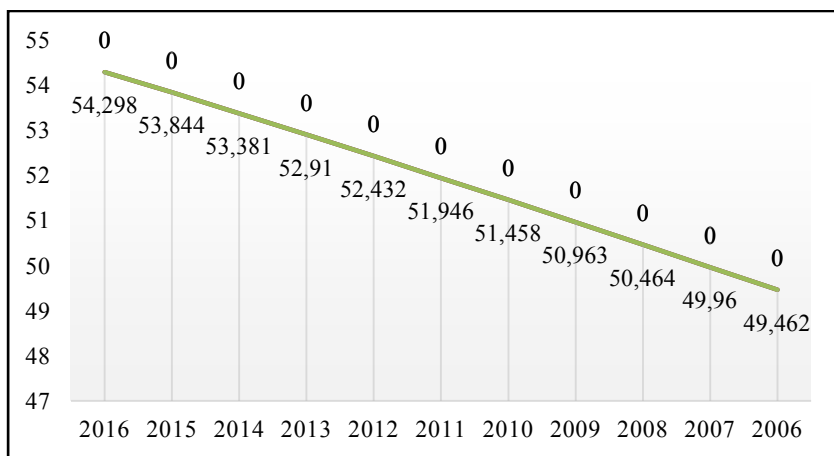
Обект на изследване в настоящия доклад са устойчивите градове, а негов предмет е концепцията за устойчиво развитие. Целта на настоящия доклад е въз основа на теоретичен преглед и анализ на различни постановки, свързани с устойчивото развитие в населените места, да се представят тези от тях, които да бъдат използвани за дефиниране на изводи и насоки за развитие на градските райони.

## 1. Устойчиви градове

По данни на Фонда на ООН (United Nations Population Fund, 2017) през 2017 г. населението на света е 7,550 млн. души. От 2010 г. до днес средната годишна промяна възлиза на 1,2%. Най – населеният континент е Азия, като на него живеят около 60% от жителите на планетата. Най-обитаваните страни в света са Китай (1409.6 млн.), Индия (1339.26 млн.), САЩ (324.56 млн.), Индонезия (264.6 млн.), Бразилия (209.36 млн.), Пакистан (197.6 млн.), Нигерия (190.96 млн.), Бангладеш (164.76 млн.), Русия (144.6 млн.), Мексико (129.26 млн.), Япония (127.56 млн.) и Етиопия (105.6 млн.).

Според Програмата за развитие на ООН, ПРООН или UNDP - United Nations Development Programme, (UNDP, 2016) до 2050 г. в градовете ще живеят две трети от цялото човечество, т.е. 6,5 милиарда души. През 2006 г. градското население е едва 3.252 млрд. души, през 2009 г. – 3.477 млрд., през 2012 г. – 3.708 млрд., през 2015 г. – 3.947 млрд. и през 2016 г. достига 4.027 млрд. Терминът “градско население” се отнася за хора, които живеят в градове, определени от Националните статистически служби за съответната страна.

На фигура 1 е представено процентното разпределение на градското население в световен мащаб. През 2006 г. близо 49,5% от населението на света живее в градовете. През 2011 г. се повишава до почти 52% (51.946%). Докато през 2016 г. повече от половината от населението на света (54,3%) живее в градски райони.



*Източник:* World Bank Staff estimates based on United Nations, World Urbanization Prospects

**Фиг. 1. Градско население (разпределение в %).**

През 60-те и 70-те години на ХХ век недостигът на ресурси и начинът на разпределение на богатата са едни от най-актуалните теми. Те са довели до противоречие в отношенията между природата и обществото. Това води до промяна в нагласите и моделите на поведение на правителства, организации и потребители и обединяване на усилията им. Целесъобразното управление и опазване на ресурсите на биосферата са основен приоритет на човечеството.

Понятието “устойчиво развитие” се появява в края на 80-те години на ХХ в. До средата на 90-те години се превръща в един от най-срещаните термини в обществото и професионалното пространство. През 1987г. в доклад на Световната комисия по околна среда и развитие “Нашето общо бъдеще” (WCED, 1987, pp. 43), известен като доклад “Брундтланд”, е формулирано най-известното определение за устойчиво развитие. Устойчиво е развитието, което “удовлетворява нуждите на настоящето, без да подлага на риск способността на бъдещите поколения да задоволяват своите нужди”. Целите на концепцията за устойчиво развитие и нейните практически измерения са представени от

Световната конференция за околна среда и развитие (UNCED). В програмата за действие “Дневен ред 21 век” (Agenda 21) се посочва, че устойчивото развитие е “процес на промяна, чрез който използването на ресурсите, ориентацията на инвестициите, техническите и институционалните промени достигат равнища на хармония и подобряват настоящия и бъдещ потенциал за задоволяване на нуждите на хората”.

Градът представлява “голямо населено място, обикн. административен, търговски, промишлен и културен център” (Речник на българския език). Това е селището, където голям брой хора обитават, работят и се забавляват. Градовете са центрове на правителства, търговия и транспорт. През последните години една от най-актуалните теми в нашето ежедневие е определянето на географски граници на населените места. Все още не съществуват стандартизирани международни критерии за обхвата на населеното място. В определени случаи градът описва административната граница, а в други – “градската агломерация”, т.е. сближаването на близко разположени населени места от градски тип. Урбанизацията е както възможност, така и заплаха за устойчивото човешко развитие. Това е и една от причините за въвеждане на значителна промяна при изграждане и управление на градските пространства.

Устойчивото градско развитие се заражда в научните проучвания като основен проблем в развитието на обществото през XX век. Устойчивостта възниква от еволюцията на връзката между човека и природата. Концепцията за устойчиво развитие в градската среда дава възможност за повишаване качеството на икономическата, социалната, природната и технологичната среда. В дългосрочен план тя има възможност за подсилване основите на градската система. Устойчивите градове са градове, в които икономическите и социалните интереси се обединяват в хармония с екологичните и енергийните проблеми с цел осигуряване на приемственост в еволюцията.

През септември 2015 г. е приета *Програмата за устойчиво развитие до 2030 г.* (European action for sustainability, 2016), The 2030 Agenda for Sustainable Development, от световните лидери на

среща на върха на ООН. Тя е “план за действие на хората, планетата и просперитета”. Фокусът на програмата е свързан със създаване на силни взаимовръзки между целите и задачите, изготвяне на интегриран подход за изпълнение, постигане на устойчивост във всичките му форми и премахване на бедността. На 1 януари 2016 г. влизат в сила 17-те цели за устойчиво развитие, а именно бедност; глад; здравеопазване; образование; равенство между половете и надмощие над жените; енергия; икономически растеж; инфраструктура и индустриализация; неравенство; градове; устойчиво производство и потребление; климатични промени; океани; биоразнообразие, гори и опустяване; мир, правосъдие и силни институции; връзки между участниците. Цел №11 е свързана с превръщане на градовете в по-привлекателни, безопасни и устойчиви места. Основно предизвикателство на съвременното общество е поддържане на градовете по начин, при който съществува просперитет без да влияе негативно на ресурсите и околната среда.

*Оперативната програма “Региони в растеж”* (ОППР, 2017) 2014 – 2020 г. е интегрирана оперативна програма, която е насочена към постигане на устойчиво развитие на българските градове. Тя е финансирана от Европейския съюз. Поставените задачи са свързани с градското развитие; енергийна ефективност; образователна, здравна, социална и пътна инфраструктура; туризъм и техническа помощ. Първият приоритет в посочената стратегия е “Устойчиво и интегрирано градско развитие 2014 – 2020 г.”. Той е насочен към градското възстановяване и развитие, енергийната ефективност на различни видове сгради (жилищни, административни, студентски), подобряването на градската среда, инфраструктурата (образователна, социална, културна и спортна) и градския транспорт. Бенефициенти по Приоритетна ос 1 „Устойчиво и интегрирано градско развитие“ са общините: София - град, Пловдив, Варна, Бургас, Русе, Стара Загора, Плевен, Велико Търново, Благоевград, Видин, Монтана, Враца, Ловеч, Габрово, Търговище, Разград, Шумен, Силистра, Добрич, Сливен, Ямбол, Хасково, Кърджали, Смолян, Пазарджик, Перник, Кюстендил, Свищов,

Горна Оряховица, Казанлък, Димитровград, Асеновград, Карлово, Дупница, Петрич, Лом, Гоце Делчев, Панагюрище и Велинград.

## **2. Индикатори за устойчиви градове**

В началото на XXI век устойчивото развитие се превръща в един от фундаменталните въпроси за градско развитие от страна на правителства, организации и местно население. Изготвени са принципи за устойчиво развитие, които са приложени в градските стратегии и планове. Създаването на устойчив град е основно изискване и предизвикателство пред урбанистите.

През 1992 г. Конференцията на ООН по околната среда и развитие (United Nations Conference on Environment & Development, 1992) насочва вниманието към изготвяне на индикатори, които биха послужили за вземане на информирано решение относно устойчивото развитие. Глава 40 от Дневен ред 21 (Agenda 21, 1992) призовава държавите, заедно с правителствените и неправителствените организации, да разработят показатели за устойчиво развитие и хармонизиране на електронните стандарти при изготвянето им. Четири години по-късно Комисията по устойчиво развитие одобрява индикаторите на международно ниво. В периода 1994 - 2001 г. са разработени два набора от показатели за устойчиво развитие, които са тествани и използвани от множество страни с цел постигане на стабилен растеж.

Все по-голям брой организации насочват своето внимание към устойчивото развитие в градските райони чрез разработване на показатели в краткосрочен и дългосрочен план. Една част от тях работят върху проблеми, свързани със здравето на населението, други – към опазването на околната среда, а трети правят опити за изготвяне на пълен набор от критерии. Отделът “Координация на политиката и устойчиво развитие” към Комисията по устойчиво развитие има за цел да постигне взаимодействие между всички участници. Това обуславя високата значимост и актуалност от изследване и задълбочаване на индикаторите за постигане на устойчиво градско развитие.

Индикаторите и изследванията (моделни, казуси и др.) имат за

задача да информират политиките насочени към постигане на устойчиво развитие в градовете. Показателите са ключов инструмент за стимулиране на градското управление. Дългосрочното им прилагане дава възможност за изготвяне на текущи оценки свързани със състоянието на градските райони. Основните съображения при използване на индикаторите за устойчивото развитие са насочени към:

- ✓ Поставяне на конкретни цели.
- ✓ Събиране на данни чрез мониторинг.
- ✓ Постигане на ефективност.
- ✓ Отчитане на глобалното развитие.
- ✓ Подобряване на връзката между обществото и околната среда.
- ✓ Отчитане на следните фактори - географско положение, хора, култура и институции.

Традиционните индикатори за устойчиво развитие представляват взаимовръзката между трите различни сегмента – икономически, социален и екологичен. Икономическите индикатори включват БВП, инвестиции, инфлация, държавни заеми и дълг, производителност, конкурентоспособност, търговия (внос и износ) и др. Въпреки това те не осигуряват целостта за постигане на устойчиво развитие в икономиката. Поради тази причина са изготвени допълнителни индикатори, а именно социални и екологични, които през последните години се използват широко по целия свят. Обект на социалните индикатори са стопанските и природни условия за живот на населението. Те са насочени към човешкото здраве, образованието, бедността, престъплението и др. Екологичните индикатори засягат състоянието на природното равновесие, които включват качеството на водата, въздуха, природните ресурси и др.

На Фигура 2 са представени основните индикатори за устойчиво развитие. Първо, природните ресурси осигуряват материалите за производство, от които зависят работните места и печалбите на акционерите. Второ, работните места оказват влияние върху нивото на бедност, а тя от своя страна е свързана с



престъпността. Трето, качеството на въздуха, водата и материалите, използвани за производство, оказват влияние както върху здравето на обществото, така и върху печалбата на акционерите. Четвърто, здравословните проблеми, провокирани от замърсяването на околната среда, оказват влияние върху производителността на работниците и допринасят за нарастващите разходи за здравно осигуряване.



**Фиг. 2. Индикатори за устойчиво развитие**

В заключение между икономическия, социалния и природния индикатор съществува силна взаимовръзка. Те не могат да съществуват и да се разглеждат самостоятелно. Реализирането на поставените цели е възможно чрез управление на икономическото развитие, насочено към ограниченията на планетата и социалната справедливост. Индикаторите за постигане на устойчиво развитие в градовете могат да се обобщят по следния начин:

- ✓ Индикатор за градското население (пол, възраст, раждаемост, смъртност, миграция).
- ✓ Индикатор за заетостта на пазара на труда и безработицата.
- ✓ Индикатор за доходи, разходи, инвестиции и потребление на домакинствата.
- ✓ Индикатор за право на жилище.

- ✓ Индикатор за цена на земята.
- ✓ Индикатор за кредити.
- ✓ Индикатор за образованието.
- ✓ Индикатор за бедността.
- ✓ Индикатор за правосъдието и престъпността.
- ✓ Индикатор за градското управление – планиране, децентрализация, подпомагане на местни, национални, регионални и международни връзки.
- ✓ Индикатор за качеството на въздуха, водата и почвите.
- ✓ Индикатор за ниво на шума.
- ✓ Индикатор за управление на отпадъците.

### **3. Национални и международни градове насочени към устойчиво развитие**

През последните години една от най-големите проектантски и консултантски фирми в цял свят свързана с устойчивите градове е ARCADIS. Тя изготвя Индекс на устойчивите градове (Sustainable Cities Index 2016, 2016), който представлява сложен показател на устойчивото градско развитие. Той използва данни от реномирани източници като ООН, Световната банка, Световната здравна организация и Международната организация на труда. Според ARCADIS устойчивостта притежава три измерения – хора, планета и печалба, които отразяват социалната, екологичната и икономическата устойчивост на градовете. Индексът класира 100 глобални града. Хората се свързват със социалния фактор, а именно образование (степената на грамотност и наличието на университети), здраве (продължителността на живота, затлъстяването), демографски характеристики, неравенство в доходите, възможности, баланс между работа и живот, престъпления. Това са показателите, които отчитат качеството на живот. Планетата от своя страна представлява екологичния фактор, който включва екологичния риск, зелените площи, енергията, замърсяването на въздуха, емисиите на парниковите газове, управлението на отпадъци, питейната вода и канализацията, санитарните условия и природните катастрофи. Тези показатели се разглеждат като “зелени фактори”. Печалбата е

свързана с икономическите фактори – икономическо развитие, БВП на глава от населението, транспортна инфраструктура (различните видове транспорт и създадения трафик от тях), възможност за бизнес, туризъм, национални и международни връзки, работа, значение на града.

Последното изследването, осъществено през 2016 г., показва, че градовете по целия свят не успяват да балансират успешно трите измерения на устойчивостта. Една част от населените места заема водеща роля в определени области, докато в други - показват ниски резултати. Това оказва отрицателно въздействие върху цялостното им представяне. В Таблица 1 са представени първите 10 града, които са с най-високи показатели по критериите – хора, планета и печалба. Градовете могат да заемат различни позиции в зависимост от поставените изисквания, т.е. по критерия печалба Сингапур е на първо място, но по общи показатели - на второ. Швейцарският град Цюрих е на върха в класацията. Според икономическия фактор е на 5-та позиция, според екологичния – 1-ва, а според социалния – 27-ма. В зависимост от всички показатели Сингапур, градът-държава, заема второ място, докато Стокхолм, столицата на Швеция, е на трето място. Сингапур и Сеул са единствените държави, които не са част от Европейския съюз и са в класацията на топ 10.

*Таблица 1*

### Показатели на индекса на устойчивите градове

Поредност	Общи показатели	Хора	Планета	Печалба
1	Цюрих	Сеул	Цюрих	Сингапур
2	Сингапур	Ротердам	Стокхолм	Хонконг
3	Стокхолм	Хамбург	Женева	Лондон
4	Виена	Виена	Виена	Дубай
5	Лондон	Берлин	Франкфурт	Цюрих
6	Франкфурт	Прага	Уелингтън	Единбург
7	Сеул	Амстердам	Рим	Прага
8	Хамбург	Мюнхен	Сидни	Ню Йорк
9	Прага	Мускат	Лондон	Париж
10	Мюнхен	Монреал	Хамбург	Стокхолм

Концепцията за устойчиво развитие засяга гражданите както на международно, така и на национално ниво. България е една от страните, които се стремят към постигане на устойчиво и хармонично развитие на градските райони. Необходимо е да насочи своето внимание към постигане на икономически растеж, социална отговорност и опазване на околната среда. От началото на XXI век са разработени и се прилагат множество планове, програми и стратегии свързани с по-здравословния начин на живот, а именно:

- ✓ Национална програма за развитие "България 2020";
- ✓ Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Р. България;
- ✓ Оперативна програма "Региони в растеж 2014-2020 г.";
- ✓ Оперативна програма "Околна среда 2014-2020 г.";
- ✓ Национална стратегия за околна среда (2009-2018 г.);
- ✓ Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси” 2014 – 2020 г.;
- ✓ Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ – функция „Образование” и др.

В следващите няколко реда са разгледани планове и програми свързани с устойчивото развитие на София, Варна, Бургас, Велико Търново и Русе. *Програмата “Зелена София” 2017 г.* е свързана с мотивацията и участието на гражданите в проекти за подобряване и облагородяване на зелените пространства на територията на град София. Тя е насочена както към озеленяване и изграждане на цветни пространства, оформяне на зони за отдих и общуване в зелени площи, околблокови пространства и градини, така и към осигуряване на подходящо оборудване, необходимо за реализацията на гореизброените дейности и последващото поддържане на обектите. Възможност за това се предоставя на регистрирани етажни собственици, неправителствени организации и читалища. *Планът за устойчива градска мобилност* представлява стратегически документ на по-ниско йерархично ниво за развитие на транспортния сектор с дългосрочен период на реализация. Основната цел е оптимизиране на транспортната система на българските градове. Някои от тях са Бургас с период на действие

от 2014 г. до 2020 г., Велико Търново - от 2015 г. до 2020 г. и Русе - от 2016 г. до 2026 г. От 2012 г. се прилага *“Стратегия за устойчиво енергийно развитие на Община Варна 2012-2020г.”*. Основните й цели са разделени на четири приоритета, които са свързани с: 1) рехабилитация, модернизация и изграждане на инфраструктура, която осигурява условията за устойчив растеж и заетост; 2) развитие на системите за устойчива градска мобилност; 3) увеличаване на дела на произведената и употребената енергия от възобновяеми енергийни източници; 4) повишаване на управленския капацитет на заинтересованите страни и подобряване информираността на населението за програми за енергийна ефективност.

### **Заклучение**

През последните години устойчивите градове са широко използвано понятие, което набира все по силно влияние върху планирането и изготвянето на политики в световен мащаб. В днешно време устойчивостта не се ограничават единствено до опазване на околната среда, а е насочена към постигане на стабилна и дълготрайна взаимовръзка между икономическите, социалните, културните, екологичните и политическите фактори.

В съвременната литература съществуват множество определения свързани с понятието устойчив град. Въпреки това липсва общоприета дефиниция, което води до затруднение в разбирането, проучването и интерпретирането. Устойчивите градове са в етап на развитие, обновление и обогатяване. В обобщение устойчивият град следва да се съсредоточи върху подобри условия на живот, труд, настаняване, здравеопазване, енергия и околна среда както за настоящото, така и за бъдещото поколение.

Изграждането на устойчиви градове в национален и международен план изисква определени критерии. Първо, подпомагане от страна на всяка една държава чрез допълнителни инвестиции във възобновяемите енергийни източници. Второ, постигане на ефективност при използването на водата и електричеството. Трето, проектиране и внедряване на компактни,

устойчиви градове. Четвърто, постигане на баланс между застроената площ и зелените пространства. Пето, бърз, надежден и ефективен транспорт. Шесто, подобряване и управление на системите за отпадъци и рециклиране. Градовете в бедните страни се нуждаят от ресурси, за да подпомогнат трансфера на икономическо, социално и екологично развитие с цел изграждане на жилища, водоснабдяване, канализация, електроенергия и поддържане на здравеопазването и образованието. Това може да се постигне чрез създаване, реализиране и управление на планове и програми, прилагани по целия свят.

### **Използвана литература**

1. Agenda 21. (1992) Programme of Action for Sustainable Development, adopted at the United Nations Conference on Environment and Development, Rio de Janeiro, Brazil.

2. WCED (World Commission on Environment and Development). (1987). Our Common Future. Oxford: University Press.

3. Оперативната програма “Региони в растеж”. (2017) [Online] Available at: <http://bgregio.eu/op-regioni-v-rastezh--2014-2020/obshta-informatsiya-za-oprr-2014-2020.aspx>

4. Речник на българския език. Институт за Български език. [Online] Available at: <http://ibl.bas.bg/rbe/lang/bg/град/>

5. European action for sustainability. (2016) Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. [Online] Available at: [https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/communication-next-steps-sustainable-europe-20161122\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/communication-next-steps-sustainable-europe-20161122_en.pdf)

6. Sustainable cities index 2016. (2016) ARCADIS [Online] Available at: <https://www.arcadis.com/media/0/6/6/%7B06687980-3179-47AD-89FD-F6AFA76EBB73%7DSustainable%20Cities%20Index%202016%20Global%20Web.pdf>

7. United Nations Conference on Environment & Development. (1992) AGENDA 21. [Online] Available at: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

8. UNDP. (2016) Urban population. [Online] Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.URB.TOTL?end=2016&start=2006>

9. United Nations Population Fund. (2017) World Population Dashboard. [Online] Available at: <http://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard>

# ПОЛИТИКАТА ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА ЕКОЛОГИЧНО ПОТРЕЛЕНИЕ-СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ ИЛИ ПРОСТО БИЗНЕС?

*Надя Миронова*

## THE POLICY TO PROMOTE ENVIRONMENTAL CONSUMPTION - SOCIAL RESPONSIBILITY OR BROAD BUSINESS?

*Nadya Mironova*

### Abstract

It is extremely difficult to build business models to combine socially responsible behavior with the market expansion policies. A successful approach in this direction is the targeted formation of specific consumer groups through policies to promote environmental consumption. Creating a market that you then use is a top flight in sales management because it goes through stimulating a purposeful change in the behavior of a sufficient number of users. Part of the reason lies in the fact that changing people's behavior in itself is difficult and dependent on many factors. Some of these factors directly affect behavior and choice. Others influence indirectly by shaping and constructing the social and institutional context in which this choice is made.

*Key words:* Social responsibility, sales management, consumer behavior, sustainability, eco-consumption, green products, environmental services.

Изграждането на бизнес модели за **съчетаване** на социално отговорно поведение на организацията с политики за разширяване на пазара е изключително трудно. Успешен подход в това направление е целенасочено формиране на специфични потребителски групи чрез политиките за насърчаване на екологично потребление. Да си създадеш пазар, който след това да използваш, е висш пилотаж в управлението на продажбите, защото минава през стимулиране на целенасочена промяна в поведението на достатъчно на брой потребители. Част от причините се крие в това, че промяната на поведението на хората сама по себе си е трудна и



зависима от много фактори. Някои от тези фактори пряко влияят върху поведението и избора. Други оказват влияние непряко, като оформят и конструират социалния и институционален контекст, в който се извършва този избор.

По етични причини създателите на социално отговорни политики за стимулиране на потребителското търсене избягват влиянието върху лични решения относно „начина на живот“. Предполагаемият „суверенитет“ на потребителския избор е парадигма в управлението на продажбите. Друга пречка пред „манипулирането“ на потребителското поведение е сложността, която възниква между конфликтни по между им влияния. Сферата на социалното взаимодействие, каквото всъщност е взаимодействието на пазара от наша гледна точка, е изпълнена с личностни и междуличностни дилеми. Разрешаването на тези противоречия в постоянните избори, които потребителите правят, е достатъчно трудно. Да се прогнозира и направлява потребителския избор реално е управленска задача, която изисква умения за използване на инструменти, които провокират едновременно ума, емоциите и морала на потребителите. Без съмнение, за сега няма по-подходящи идеи за това от практиките на социалната отговорност в различните сфери на тяхното приложение. Но използването на тези инструменти, от своя страна, е свързано със сериозни разходи. Очакването за оправдани разходи за социално отговорен маркетинг изисква „основан на доказателства“ натрупан опит, който по възможност да е с впечатляващо дълга история. Но дори тогава, за решението да се инвестират средства в разработването на нов пазар, основан на специфично поведение, каквото е екологичното, тази информация може да е обширна и комплексна, но винаги е несигурна и потенциално объркваща.

В същото време, съществува видима потребност да се навлезе в тази трудна територия. Съществува незадоволена обществена потребност от практическо реализиране на систематичните здравни и образователни приоритети, от затлъстяването и отсъствията от училище до специфичните антисоциални поведения като карането в нетрезво състояние или изхвърлянето на отпадъци на нелегални

сметища. Съществува нарастващо признаване на важността на изследванията за идентифициране на влиянията върху такива видове поведение. За изследователите вече е безспорно, че фактори като личната мотивация, колективните практики, навиците, субективните норми и социалният контекст играят ключова роля, както във влиянието върху поведението, така и в определянето на успеха или неуспеха на политики, целящи неговата промяна.

Прекаленото теоретизиране на тези въпроси, обаче, създава все по-реална нужда и респ. ниша за реално действие. Появява се разбиране сред теоретичите и в реалните социални практики, че трябва да се намират **иновативни начини** в промяната на поведението във всички тези области да се включат реални и резултатни действия.

В такъв случай кой, ако не бизнесът може да го направи? И как иначе, ако не чрез политика, която да обвърже бизнес целите с интересите на обществото и да използва възникналата там пазарна ниша?

Нашето разбиране е, че социално отговорното поведение на бизнес организациите трябва се обвърже с тяхната обща маркетингова и управленска политика (Shipworth 2000, Halpern et al 2003, Darnton 2004a&b, NCC 2003 & 2005 ) като възприеме формирането и удовлетворяването на нови и нови потребителски групи спрямо обществено значими проблеми и приоритети. Разглеждаме такъв модел на управление на иновативен и устойчив, защото е базиран на непрекъснато възникващи пазарни ниши поради социалната разнородност на обществото и постоянните социални конфликти.

**Основният въпрос, всъщност** е, дали една бизнес организация може да допринесе към решаването на обществени проблеми в случая екологични, като инвестира в промяната на потребителското поведение с приемлив риск.

**Нашата теза** е, че социално отговорното поведение може да бъде обвързано с комерсиалните цели на организацията без конфликт чрез стимулиране на екологично потребителско поведение.

Оценката на факторите, които предопределят екологично

потребителско поведение включва количествени оценки на физически промени, свързани с влияния върху околната среда. Политическите и научните дебати за степента на влияние на антропогенния парников ефект, напр., е пример за това. За социални и поведенчески фактори, обаче, проблемът се състои в субективното естество на доказателствата, разнообразието на поведенческите влияния, комплексността на мотивациите и активността, на нагласите и на поведенията в специфични социални контексти и практики.

Съществува огромна литературна база с изследвания и теории за човешкото поведение, със забележително дълга история. Част от тази литература е под формата на полезни концептуални модели, които са разработени върху по-широки антропологични, социологически или психологически изследвания. Съществува, също така, огромна и бързо разширяваща се база от емпирични изследвания (както качествени, така и количествени), свързани с потребителското поведение и околната среда.

Но като цяло областта на потребителското поведение, както отбелязват Gabriel and Lang (1995), граничи с това да бъде „неуправляема“. Отделни части от доказателствата в различни изследвания са често трудни за паралелен анализ. Методологиите се различават силно – дори в една и съща област на стимулираното потребителско поведение. Резултатите също често се изразяват в много различни форми. Най-често се извличат количествени корелации на база на статистически извадки.

Проблем е също представителността- както на количествените, така и на качествените извадки. Повечето качествени изследвания и много от количествените изследвания следва да се считат за ограничени от контекст на изследването. Също така посоката на каузалното влияние понякога е проблематична. Съществуването на корелация между, например, алтруистичните ценности и поведението на рециклиране, не може непременно да предполага причинно-следствен ефект от алтруизма към рециклирането. Обратната обвързаност, при която поведението влияе върху ценностите, също се открива в проучванията. Освен това, установяването дори на

доста силни корелации между определени променливи рядко изключва възможността че други „интервенционни“ променливи, изключени от изследването, могат да играят важна роля.

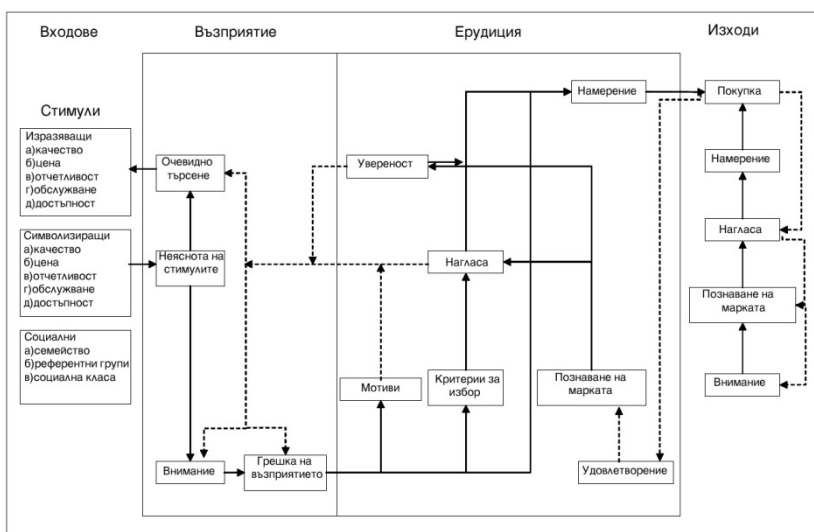
Видовете мотивация при хората са толкова многостранни, че единственото, което може да се каже с абсолютна убеденост е, че е практически невъзможно да се извлекат универсални модели, с които да се изградят политики по промяна на поведението в различните области. Търсенето на силни и полезни неща, които да бъдат казани за мотивациите в поведението на потребителите е следователно често въпрос на оценка на „баланса на доказателствата“ от широко разнообразие от проучвания, от различни гледни точки и изграждането на широко разбиране, кои от тях да се използват при изграждането на детайлни и специфични политики. Очевидно, тази информация е напълно ненадеждна за намаляване на риска при инвестиция в насърчаване на екологично потребление в частност.

Тенденцията към реализиране на разходни политики, каквито са политиките за стимулиране на екологично потребителско поведение, основани на „доказателства“, че ще бъдат ефективни от гледна точка на бизнеса, се формира от екстензивно използване на *систематични прегледи* на предходни изследвания и емпирични доказателства (Cooper and Hedges 2009, Davies 2003). Принципите, присъщи на систематичния преглед – а именно критична оценка на литературата и задълбочен анализ на силата на доказателствата според експлицитни и прозрачни критерии, се използват най-често в изследователската работа. В контекста на социалните и поведенчески проблеми, обаче, предизвикателствата на концепцията на систематичния преглед са значителни.

Разбирането на потребителското поведение и на политиките за влияние върху него се основават експлицитно или имплицитно, на определени видове модели, за това какво представлява поведението, какви са неговите предшественици, как то се е повлияло, било е оформяно или ограничавано. Тези модели обикновено се построяват от група концептуални предпоставки и някаква форма на обичайна взаимовръзка между зависими и независими променливи.

Един прост пример за про-екологично поведение може да илюстрира как работи тази взаимовръзка. Теорията за активиране на нормата на Шварц (Schwartz's, 1977) предполага, че личните норми (намерения за про-екологично поведение) се активират от две предшестващо променливи: осъзнатост на последствията от действията на индивида и идеята за личната отговорност за тези действия. Например, ако аз съм наясно с последствията от употребата на горива спрямо проблема за климатичните промени и приема, че имам известна отговорност за собственото си потребление на гориво, тогава има по-голяма вероятност – според тази теория – да намаля своето потребление на гориво.

Много по-сложен модел на потребителско поведение е илюстриран на Фигура 1. Теорията за поведението на купувача на Хауърд и Шет (Howard and Sheth, 1969) е едно от най-ранните и най-влиятелни схематични представяния на потребителския избор, широко признавано от маркетинголозите.



**Фиг. 1. Теорията за поведението на купувача.**

**Източник:** Shainesh G. Atul Parvatiyar, (2001) *Customer Relationship management: Emerging Concepts, Tools, and Applications*, Tata McGraw-Hill Education, pp.112.

Приносът на модели като този е да предоставят концептуална и

теоретична рамка за провеждане на детайлно емпирично изследване на структурата на специфични поведения и на ролята на интервенциите за повлияване на тези поведения. Теорията за активиране на нормите, например, е използвана за проучване на разнообразие от про-екологични поведения като например рециклирането, използването на коли и спестяването на вода.

Освен това, друг проблем, присъщ на моделирането на потребителското поведение, произтича от взаимовръзката на видовете променливи, които различните модели се опитват да измерят. Първо, могат да бъдат различени група подходи, които изучават и моделират поведението, основно като функция на процесите и характеристиките, които се възприемат като *вътрешни* за индивида: нагласи, ценности, навици и лични норми. Друга група подходи изучава поведението като функция на процесите и характеристиките *външни* за индивида: фискални и регулаторни облекчения, институционални ограничения и социални норми.

Различаването на интерналистичен и екстерналистичен подход е важно за дебатите за устойчивото развитие, точно защото всеки подход предполага много различни концептуализации на индивидуалната и обществената промяна. Докато първият подход предвижда, че промените в моделите на поведение ще произтичат от промени в индивидуалните вярвания, нагласи и норми, то вторият предвижда, че промените във външните условия оказват ключово въздействие върху индивидуалното поведение.

Съществуват амбициозни опити – например на Bagozzi и негови колеги (Bagozzi et al 2006) и на Stern и негови колеги (Stern et al 1999, Stern 2000, Guagnano et al 1995) – да изградят кохерентни модели на потребителско поведение способни да уловят както интерналистичното, така и екстерналистичното измерение на про-екологичния потребителски избор. Преглед на някои от тези модели е представен в таблица 1.

Отправна точка на този преглед ще бъде Моделът за рационалния избор, който подчертава конвенционалните икономически разбирания за потребителското поведение, а също и редица други поведенчески модели. Можем да очертаем два специфични

начина за отговор на множеството ограничения в моделите на потребителското поведение.

Единият отговор е конструиране на т.нар. адаптирани модели Очаквания – Стойност, които правят опит да коригират някои от дефицитите в модела за рационалния избор. В допълнение към това, обаче, има някои опити да се започне от различно място при опитите да се разбере социалното действие. Някои от тези модели (например моделите разработени от Пол Стърн и неговите колеги) са разработени по-специално в контекста на разбирането на про-екологичното поведение.

*Таблица 1*

### **Социално-психологически теории за поведението и промяната**

<b>Социално психологическа теория</b>	<b>Ключови източници</b>	<b>Описание</b>
Теория Нагласи - Поведение - Контекст (ABC)	Stern and Oskamp 1987, Stern 2000	Вид полева теория за екологично значимо поведение. Поведението (B) е интерактивен продукт от „вътрешните“ променливи свързани с нагласите (A) и „външните“ контекстуални фактори (C)
Теория на когнитивния дисонанс	Festinger 1957	Твърди, че хората са мотивирани да избягват вътрешно несъвместими (дисонантни) вярвания, нагласи и ценности.
Културна теория	Thompson et al 1990	Поставя хипотезата за 4 културни „типа“ с различни разбирания за управление и за добър живот: йерархисти, егалитаристи, индивидуалисти и фаталисти
Модел на вероятността от осмисляне	Petty 1977, Petty and Cacioppo 1981	Модел за убеждаване, който предвижда, че дългосрочният успех на едно убеждаващо послание зависи от това, какво количество мисловна обработка или осмисляне на посланието е предприето от целевия субект.
Теория	Fishbein	Широк клас теории (сред които една е

„Очаквания-Стойност“	1975, Ajzen and Fishbein 1980	Теорията за рационалния избор) основани на идеята, че поведението е мотивирано от очакванията, които имаме относно последствията от нашето поведение и ценността, която придаваме на тези резултати.
Полева теория	Lewin 1951	Влиятелна ранна социално-психологическа теория представяща поведението като функция от динамично „поле“ от вътрешни и външни влияния. Поведенческата промяна разчита на размразяване (на съществуващо поведение), издигането му на ново ниво и след това неговото замразяване.
Междоличностно поведение	Triandis 1977	Също като Теорията за разумното действие, Теорията за междоличностното поведение включва както конструкции очаквания – стойност така и конструкции с нормативни вярвания. Теорията за междоличностното поведение, обаче, включва и влиянието на обичайни, социални и афективни фактори върху поведението.
Модел „Мотивация-Способност-Възможност“	Ölander and Thøgersen 1995	Интегриран поведенчески модел, който комбинира както вътрешни мотивационни променливи – обикновено основани на Теорията за разумното действие – така и външни контекстуални променливи за способности (включително навик и познание за задачата) и възможност.
Теория на веригата „Край на средствата“	Gutman 1982, Reynolds and Olson 2001	Качествена форма на Теорията „Очаквания – Стойност“, според която предпочитанията се основават на стълбовидна взаимовръзка между атрибути, последствия и ценности.
Теория за активиране на нормата	Schwartz 1977, 1992	Един от по-добрите опити да се моделират просоциалните или алтруистични поведения: една лична норма за поведение (PN) по просоциален начин се активира от осъзнаване на последствията (AC) от действията на индивида и от приписването на лична отговорност (AR) за тях.



Нормативно поведение	Cialdini, Kallgren and Reno 1991	Фокусната теория на нормативното поведение на Сиалдини предполага, че поведението се ръководи от социални норми, които са или описателни (какво се прави) или постановяващи (какво трябва да се направи) по своето естество. Силата или очевидността на тези различни видове норми в даден контекст зависи от множество диспозиционни и ситуационни фактори.
Теория на убеждаването	Hovland et al 1953, Petty et al 2002.	Група теоретични подходи към „изкуството на убеждаването“, която идентифицира (1) надеждността на източника (2) посланието и (3) мислите/чувствата на получателя като три критично важни структурни елемента за успеха на стратегиите по убеждаване.
Теория за рационалния избор	Elster 1986, Homans 1961 etc	Основа на повечето икономически теории за потребителските предпочитания и на няколко други социално-психологически теории в областта на поведението. Предполага, че поведението е резултат от рационални обмисляния, в които индивидите се опитват да максимизират своето собствено очаквано „удобство“.
Теория за личното несъответствие	Higgins 1987	Предполага, че хората са мотивирани да действат съобразно чувствата, които се пораждаат от възприеманата разлика между тяхното действително и „идеално“ Аз.
Теория за самовъзприятието	Bem 1972	Предполага, че хората формират своите нагласи наблюдавайки собственото си поведение.
Субективното очаквано удобство (SEU)	Ajzen and Fishbein 1980, Eagly and Chaiken 1993	Форма на теория за очакваната стойност близко свързана с модела за рационалния избор, теорията SEU предполага, че поведението е функция на очакваните резултати от него и на ценността, която се придава на тези резултати.
Теория за структурирането	Giddens 1984	Опитва се да предостави модел на взаимовръзката между агентство (как хората действат) и структура (социален и

		институционален контекст). Теорията за структурирането на Гиденс разчита на това да се прави разлика между „практично“ и „дискурсивно“ съзнание.
Символичен интеракционизъм	Blumer 1969, Mead 1934	Предполага, че хората взаимодействат с нещата (артефакти, институции, други) на база на символичните значения, които тези неща имат за тях.
Теория за символичното себе-завършване	Wicklund and Gollwitzer 1982	Символична интеракционистка теория, която предполага, че хората създават чувството си за идентичност чрез придобиване на символични ресурси за да завършат своя „собствен имидж“.
Теория за планирано поведение (TPA)	Ajzen 1991	Подобрява Теорията за разумното действие, за да включи възприемания контрол на действащото лице върху неговото/нейното поведение.
Теория за разумното действие (TRA)	Ajzen and Fishbein 1980	Може би най-известният социално-психологически модел от типа „нагласи – поведение“ Теорията за разумното действие подобрява теорията на очакваната стойност, за да включи нормативни социални влияния в намерението за поведение.
Теория Ценност-Убеждение-Норма	Stern et al 1999, Stern 2000	Опит да се подобри теорията на Шварц за активирание на нормата, като се включи сложна взаимовръзка между ценности, вярвания, нагласи и норми.

Разбира се, винаги има противоречие между простотата и комплексността в моделирането на потребителското поведение. По-комплексните модели могат да подпомогнат концептуалното разбиране, но са лошо структурирани за емпирично изследване, например, на нагласи и намерения и респ.- за използване от бизнеса при вземане на решение дали да инвестира във формирането на специфична потребителска група. По-елементарните модели могат да подпомогнат количественото измерване, но да попречат на концептуалното разбиране чрез изпускане на ключови променливи или на взаимовръзки между ключови променливи.

## Използвана литература

1. Allan. Bob , (2005) "Social enterprise: through the eyes of the consumer (prepared for the National Consumer Council)", *Social Enterprise Journal*, Vol. 1 Issue: 1, pp.57-77, <https://doi.org/10.1108/17508610580000707>
2. Bagozzi Richard P. Explaining Consumer Behavior and Consumer Action: From Fragmentation to Unity. *Seoul Journal of Business* Volume 12, Number 2 (December 2006).111-139стр.
3. Boström M., M. Klintmann, *Eco standards, product labelling and green consumerism*, Houndmills: Palgrave Macmillan, 2008, p. 174 120.
4. Darnton Andrew (2004). *GSR Behaviour Change Knowledge Review Overview of Behaviour Change Models and their Uses Briefing Note for Policy Makers* . <https://www.gov.uk/government/organisations/civil-service-government-social-research-profession>, посетено на 19.11.2017г.
5. Gabriel Yiannis , Tim Lang. *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentation* 1st Edition. SAGE Publications Ltd; 1 edition (November 13, 1995)
6. Fishbein, M. and I. Ajzen (1975), *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley: Reading, MA.
7. Halpern Benjamin S. & All(2003) *A Global Map of Human Impact on Marine Ecosystems*. <https://web.stanford.edu/group/MicheliLab/pdf/30-Halpernetal2008Science.pdf>
8. Harris Cooper Larry V. Hedges Jeffrey C. Valentine *Editors*. . (2009) *The Handbook of Research Synthesis and Meta-Analysis*, Second Edition. <https://www.russellsage.org/publications/handbook-research-synthesis-and-meta-analysis-second-edition>
9. Koos S., *Varieties of Environmental Labelling, Market Structures, and Sustainable Consumption Across Europe: A Comparative Analysis of Organizational and Market Supply Determinants of Environmental-Labelled Goods*, *Journal of Consumer Policy*, (2011) 18 January 2011 121.
10. Shainesh G. Atul Parvatiyar, (2001) **Customer Relationship management: Emerging Concepts, Tools, and Applications**, Tata

McGraw-Hill Education,

11. Shipworth, M. (2000) *Motivating Home Energy Action: A handbook of what works*, Australian Greenhouse Office, Canberra, Australia.

12. Youssef, B. A., C. Abderrazak, Multiplicity of eco-labels, competition, and the environment, *Journal of Agricultural and Food Industrial Organization*, (2009) 7, Article 7

13. [https://scholar.google.bg/scholar?q=NCC+2003+%26+2005&hl=bg&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEwi9-aCd5u7XAhVI1xQKHfD8DKEQgQMIKTAA](https://scholar.google.bg/scholar?q=NCC+2003+%26+2005&hl=bg&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEwi9-aCd5u7XAhVI1xQKHfD8DKEQgQMIKTAA) посетено на 19.11.2017г.

# НАСТЪПЛЕНИЕТО НА ЕЛЕКТРИЧЕСКИТЕ АВТОМОБИЛИ

*Михал Стоянов*

## ELECTRIC VEHICLES HEADWAY

*Michal Stojanov*

### Abstract

The discovery of electricity as a source of energy continually provokes innovations and the search for modern solutions of its application and ways of storage at personal and economic level. Over the years, automotive industry has been dominated with the internal combustion engine, but as time goes on in the context of fossil fuel exhaustion and human-induced climate change, the demand for more efficient and sustainable transport solutions determine the topicality of electric vehicles and places them on the agenda of human existence.

**Key words:** *electric vehicle (EV), electric car market, battery-electric (BEV), plug-in hybrid (PHEV), reduced greenhouse gas emissions.*

### Въведение

Автомобилната индустрия непрекъснато предлага алтернативни решения и предизвиква промяна на установената глобална икономическа система, която се доминира от пазарите на фосилни горива, фазите на тяхното циклично развитие и ценовите им шокове. Иновациите в областта на новите транспортни решения за задвижване ще предизвикват множество промени в обществения и стопански живот. Те са свързани със замяна на настоящото масово търсене на изкопаеми горива, което е подвластно на значителна ценова волатилност, енергийни кризи и сериозен екологичен отпечатък на процесите на добиването, с търсене и предлагане на зелена електрическа енергия, която може да бъде с разнообразен източник на своя произход. Последното свързваме с възможността електрическата енергия да бъде добита от възобновяеми енергийни ресурси или такива с много нисък въглероден отпечатък. Това дава възможност да се реализира една от най-сериозните промени,

свързана с постепенното преминаване на пика в търсенето на автомобили с конвенционални двигатели с вътрешно горене, към междинната форма на хибридните автомобили и близкото бъдеще, когато по транспортната пътна мрежа ще доминират електрическите превозни средства. Понастоящем традиционното използване на автомобили е подложено както на сериозния интерес към икономичността на превозното средство, така и на неговата екологичност, които, при равни други условия, са право корелирани. По този начин потребителският интерес може да бъде сериозно стимулиран от новите решения в областта на хибридните и електрическите автомобилни технологии, които относително и едновременно удовлетворяват проблемите на полезното действие и влиянието върху околната среда, т.е. дават алтернативно решение на вечната задача за оптималността на икономическия процес, с положителни ефекти за потребителите и за средата на тяхното съществуване.

Целта на настоящата работа е да се направи преглед на глобалните тенденции в търговията с електрически автомобили и тяхното постепенно установяване като нова транспортна алтернатива в пътническият транспорт с благоприятни ефекти върху околната среда и условията на живот.

В изследването позицията за екологичните ефекти от производството и прилаганите технологии в електрическите автомобили се разграничават на плюсовете от ежедневната употреба на този клас транспортни средства, които могат да имат нулев ефект върху атмосферата и нейното замърсяване с отработени газове и на минусите, свързани с екологичните измерения в производствената фаза на крайния продукт, неговите компоненти и тяхното оползотворяване след активната фаза на живот. Това означава, че в настоящия етап на преден план се поставят позитивите от използването на електрическите автомобили в градска среда, докато екологичните ефекти, свързани с използваните технологии за съхранение на електрическия заряд и възможният конвенционален източник на електрическа енергия, се поставят на втори план. Подобно отношение е предизвикано от

непрекъснатата еволюция в прилаганите технологии в електрическите автомобили и тяхното постепенно усъвършенстване както в измеренията на ефективност, така и по отношение на настоящите и бъдещите ефекти върху околната среда. Като следващ момент се приема, че в настоящия етап възможностите да се добива електрическа енергия от възобновяеми източници е реалност, която се развива както в измеренията на тяхното разнообразие (енергия от слънцето, водата, вятъра, геотермални източници и др.), така и в тяхната достъпност. Това означава, че оптимистичното измерение на проблемите за екологичността на производството на електрическите автомобили и използваните в тях консумативи са в процес на непрекъснато усъвършенстване и предимно се представят сравнителните им предимства спрямо „замърсяващите околната среда, шумни двигатели с вътрешно горене“ (Мом, 2004, р. 1). Нещо повече като енергия за задвижване електричеството е отдавна приложимо и добре развито в много транспортни дейности и сфери, например в железопътния транспорт и при подемно-транспортна техника във вътрешно складовия транспорт.

Допълнителна специфика на разработката е по-широкото разбиране на концепцията електрически автомобил, където имаме две пазарни подкатегории. По-обхватното разбиране включва и концепцията на плъг-ин хибридните автомобили, където освен на електрически заряд, съхранен в използваната акумулаторна технология, се разчита и на втори агрегат, който да подпомага задвижващата система. Следователно, плъг-ин хибридната технология съчетава оптималната употреба на съхранено в батерия количество електричество, което може да бъде получено както от конвенционалния агрегат на автомобила, така и от външната електропреносна мрежа. Освен това тези комбинирани технологични решения позволяват задвижването на превозното средство да бъде в режими само на електричество, изцяло с използване на вътрешния конвенционален агрегат или комбинирано от двете системи. Следователно, плъг-ин хибридните автомобили са в състояние в настоящата ситуация да предложат най-доброто и на двете технологии. Основното съображение за тяхната популярност

е, че на този етап те безпроблемно обезпечават задвижването и при условията на изчерпан заряд на акумулаторната батерия. Подобна адаптивност и независимост от единствен източник на задвижване е изключително важна и се явява ключово предимство на този сегмент автомобили при съществуващата доминираща инфраструктура от горивни станции (бензиностанции, пропан-бутан станции, метанстанции, водородни станции и др.) и тяхната достъпност. Втората подкатегория на чистите електрически автомобили разчита изцяло на съхранената в автомобилната акумулаторна система електрическа енергия и при нейното изчерпване няма алтернатива за самостоятелно придвижване. При това все още в регионален и национален мащаб осигуреността с публични зарядни станции е в стадий на своето изграждане и недостатъчност. Според най-широкото разбиране за електрически превозни средства, въведено от Международният съвет за чист транспорт (ICCT), това са специфични превозни средства, които освен изцяло електрически и плъг-ин хибридни включват и групата на превозните средства, използващи водород горивни клетки. Идеята на това по-обхватно разбиране е аргументирана с това, че всички те са „по-ефективни при превръщането на енергията в движение на превозното средство, много по-съвместими с възобновяеми енергийни източници и с потенциал да не създават никакви емисии от превозното средство и много по-ниски от жизнения му цикъл“ (International Council on Clean Transportation, 2017). Усложняващото се многообразие на нови начини за задвижване на превозните средства потвърждава актуалния стремеж на човечеството да премине от конвенционалната система на двигателя с вътрешно горене, използващ фосилни горива към други еко-иновативни алтернативи. Независимо от това електрическите технологии поставят две основни предизвикателства в измеренията на използваните електрически батерии: „тяхната цена и диапазон на шофиране“ (IRENA, 2017, р. 5), които предизвикват сериозно оскъпяване на крайния продукт и ограниченост на дистанцията на самостоятелен пробег без презареждане. В сравнителен план високата цена в сравнение с конвенционалните транспортни



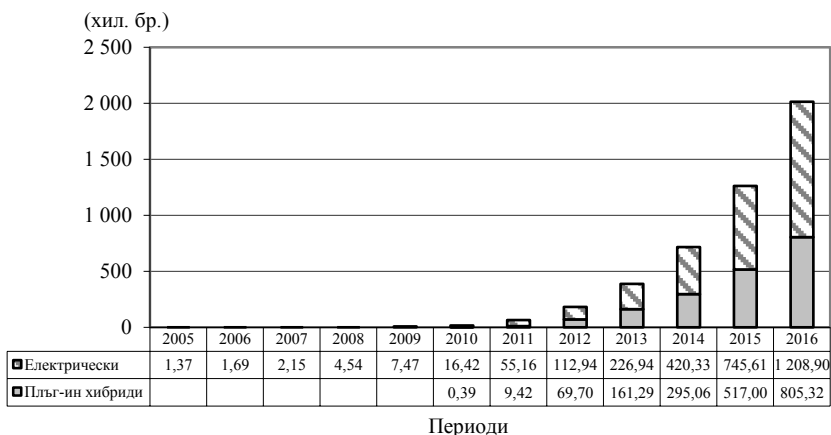
алтернативи с вътрешно горене ще бъде фактор „до 2030 г., когато електрическите превозни средства ще са напълно ценово конкурентни на европейския пазар“ (International Energy Agency, 2017, p. 21).

Употребата на електрически автомобили не следва да се възприема като форма на самоограничаване на движението с превозни средства, а е иновативно решение, поставящо ползвателя в ситуация да изрази своята позиция към решаването на проблемите на замърсяването на атмосферата с отработени газове от двигателите с вътрешно горене и води до една от най-съществените промени в автомобилната култура. Разбира се, в сравнителен план използваните материали при производството им водят до оскъпяване на цената на крайния продукт и от там по-ограничен кръг на потенциалните потребители, но съществуват и по-достъпни двуколесни и триколесни електрически алтернативи, които дори могат да бъдат с облекчен или нулев режим на регистрация и мониторинг от националните контролни органи. Същевременно иновативният развой предполага всяко следващо поколение да бъде много по-ефективно и ценово достъпно. При това положение е въпрос за технологични нововъведения и конкурентна борба, за да се постигне реален ценови паритет между автомобилите, използващи електричество и тези задвижвани с конвенционални горива. Електрическите автомобили могат да стимулират производството на т.нар зелена енергия, която от своя страна подобрява и диверсифицира енергийното богатство на национално и международно ниво. Добиването на електрическа енергия от разнообразни източници е предпоставка за намаляване на ресурсната зависимост на националните енергийни системи. Тя скъсява дистанцията между местата на производство и на потребление, което намалява технологичните загуби от преноса на електрическата енергия, сравнително по-бързо достига до ефективни равнища на добив на енергия и има преки екологични ефекти за локалната околна среда. Нещо повече, част от екологичните решения, променящи установения модел, са свързани и с производството на горива, а не тяхното добиване като полезни

изкопаеми. Това означава, че в настоящата ситуация иновациите в горивното предлагане се изразяват с възможностите традиционните въглеродороди да бъдат добивани по нов начин, при който се използват отпадни продукти от други производства или от други източници, но не и от суров петрол. По такъв начин се създават щадящи за околната среда алтернативи на изкопаемите ресурси, които имат реално приложение в горивните технологии на традиционните двигатели с вътрешно горене и в своята същност редуцират въздействието си върху околната среда и допринасят допълнително за екологичния ефект на плъг-ин хибридните автомобили. Всичко това установява общия режим, който цели да се сведе до минимум зависимостта от нефта и да се смекчи въздействието на транспорта върху околната среда (Директива 2014/94/ЕС, 2014).

Рамковата конвенция на Организацията на обединените нации за изменението на климата (1992 г.), последвана от Протоколът от Киото (1997 г.) и последното най-важно Споразумение от Париж (2015 г.) за климатичните промени поставят концептуалната рамка за борбата с изменението на климата. Тези международни документи съдържат поетите ангажименти на присъединилите се държави да предприемат ефективни мерки за реалната редукция на отделяните вредни емисии. Основната цел е да се ограничи разрастването на отделяните парникови газове и тяхното връщане на нива от преди четвърт век, т.е. спрямо 1990 г. Едно от възможните измерения за изпълнението на поетите ангажименти е свързано с кардинална промяна в транспортния сектор, който е един от основните причинители на климатичните промени, предизвиквани посредством отделяните вредни емисии. Понастоящем потребителите имат възможност да станат част от настъпващата промяна като изберат нови превозни средства, използващи плъг-ин хибридна или чиста електрическа технология на задвижване и така да допринесат за изпълнение на установения количествен регламент на ЕС за 20-процентния дял на енергията от възобновяеми източници, както и с 10-процентния дял на енергията от възобновяеми източници в транспорта до 2020 г. (Директива 2009/28/ЕО, 2009).

Електрическите превозни средства като технология днес са в третото столетие на своето развитие, основите на което са положени с разработките на Майкъл Фарадей (1821 г.) и първият комутаторен електродвигател с постоянен ток, способен да задвижва машина, изобретен от британския учен Уилям Стърджън през 1832 г. (Larminie & Lowry, 2012). През изминалото малко повече от десетилетие на своето пазарно присъствие продажбите на електрически автомобили (електрически и плъг-ин хибриди) регистрират съществени темпове на увеличение в глобален мащаб. Първите отчетени данни на световно ниво през 2005 г. са били на равнище от 1,37 хил. бр., а общо регистрирани към края на 2016 г. достигат величина от 2 014,22 хил. бр., или за период от 12 години имаме видимо и значимо нарастване (вж. фиг. 1).



**Фиг. 1. Общо регистрирани (наличен автопарк) в света електрически и плъг-ин хибридни автомобили по години за периода 2005-2016 г. (хил. бр.).**

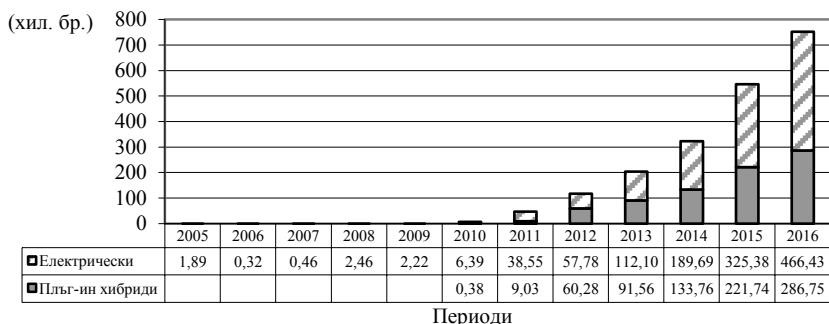
*Източник: International Energy Agency.*

Въпреки това забележително повишение, което за последния отчетен период е в размер на относително изменение от над 159,5% (1 262,61 хил. бр. за 2015 г.) при продажбите на нови електрически и плъг-ин хибридни автомобили за първи път се регистрират

понижаващи се темпове на продажбите. Следователно, общият брой на регистрираните превозни средства с електрическо задвижване има своята рекордна величина, но тя се постига на фона на забавяне в продажбите, които за последната 2016 г. са с темп на прираста от 43% при чистите електрически и 29% при плъг-ин хибридите, при оценки през 2015 г. съответно 72% в електрическия и 66% в плъг-ин хибридният сегменти (вж. фиг. 2), като в глобален мащаб 95% от продажбите на електрически автомобили се концентрират в 10 държави: Китай, САЩ, Япония, Канада, Норвегия, Обединеното кралство, Франция, Германия, Нидерландия и Швеция (International Energy Agency, 2017, р. 12). Основният, измежду множеството фактори за подобно развитие, е същественото намаление на цените на петролната суровина през 2016 г., което като ефект понижава интереса към търсенето на алтернативни транспортни решения. Подобно забавяне води до глобална картина, при която делът на електрическите автомобили в общия брой на лекотоварните пътнически превозни средства в света е 0,2% (International Energy Agency, 2017, р. 6). Тази тенденция се формира като част от общото глобално позитивно развитие в регистрациите на нови пътнически автомобили, където по данните обобщени от Асоциацията на европейските автомобилни производители (ACEA) от 73 324 429 бр. през 2015 г. се отчита скок до 77 343 587 бр. през 2016 г. или относително изменение от 5,5% на годишна база (European Automobile Manufacturers Association (ACEA), 2017, р. 6). Това все още е основният фактор да няма пряко измерими екологични ефекти от тяхното позициониране в транспортната система, която генерира около 23% от глобалните емисии на парникови газове (International Energy Agency, 2017, р. 8).

В структурата на новорегистрираните електрически и плъг-ин хибридни автомобили традиционно доминира първата група. Така например при първите отчетни и за двата сегмента данни от 2011 г. съотношението е било на един новорегистриран плъг-ин автомобил са се падали 17 първи вписвания на електрически превозни средства, през 2012 г. съотношението е 1 към 4, след което е постигнат относителен паритет, нарушен в края на изследвания период през

2016 г., когато на всеки 1 новозаписан в официалните регистри плъг-ин хибрид са се падали 2 нови вписвания на електрически автомобили (вж. фиг. 2). Подобно обстоятелство свързваме с технологичното развитие на плъг-ин хибридна технология, която е еволюционен преходен стадий между конвенционалните и изцяло електрическите автомобили и предоставя на потребителите максимална възможност да се възползват от инфраструктурната осигуреност за поддръжка и на двете технологии.



**Фиг. 2. Новорегистрирани електрически и плъг-ин хибридни автомобили в света по години за периода 2005-2016 г. (хил. бр.).**

*Източник: International Energy Agency.*

В рамките на ЕС регистрацията на нови електрически автомобили през 2016 г. е в размер на 152 795 бр., от които 63 278 бр. са със задвижване осигурено единствено само с електричество съхранено в батерия и 89 517 бр. са били плъг-ин хибриди, което в структурно отношение на продажбите е 41,4% за електрическите и 59,6% на хибридите (European Automobile Manufacturers Association (ACEA), 2017, р. 9). На годишна база е постигнато увеличение от 5,2% при равнище на общо новорегистрирани от 145 285 бр. през 2015 г., от които 40,7% електрически автомобили (59 165 бр.) и 59,3% плъг-ин хибриди (86 120 бр.). Това позволява да отчетем, че ръста в годишните продажби се доминира от

електрическите автомобили с относителен темп на прираста от 7%, при 3,9% в плъг-ин сегмента, което постепенно ще доведе до промяна в структурата на продажбите и отпадане на доминацията на плъг-ин превозните средства в Европа. Подобно развитие в полза на изцяло електрическите автомобили се разгръща под успешното разширяване на сегмента на автомобилите, задвижвани с алтернативно гориво, който продължава да се доминира от пълните и меки хибриди, което е в противовес на глобалната тенденция за доминация на електрическите автомобили. Групата на пълните и меките хибриди отчита рекорден обем от 278 574 бр. нови регистрации през 2016 г., като на годишна база увеличението е с над 27,3% при равнище от 218 755 бр. през 2015 г. Подобна картина в ЕС е закономерна реакция на непълно развитата инфраструктура на зарядните станции и по-ниските рискове от придобиването на пълен или мек хибрид в сравнение с изцяло електрическите автомобили, където поведението на пътя и изминатото разстояние следва да се планира предварително, поради възможността да се изчерпи напълно наличния заряд и да се обездвижи превозното средство. Понастоящем, това определя ролята на електрическото придвижване като практически приложимо на относително къси дистанции и при невисока средна скорост на движение. Следователно, те са подходящо решение за градската среда, където има по-голяма концентрация на шумово и въздушно замърсяване и ефектите от масовата употреба могат да бъдат сравнително по-бързо постигнати. Допълнително, в по-гъсто населените райони е налична транспортна инфраструктура с по-добро развитие, която обезпечава собствениците на разнообразни електрически превозни средства с достъпност на зарядни станции.

Популярността на електрическите транспортни средства се предопределя не само от разнообразяването на предлаганите модели на пазара и възможността по-пълно да се отговори на потребителските предпочитания, но и от съществените стимули, които се създават като мерки на централните и местни власти за стимулиране на потребителския интерес. Измежду тях, доказали своята ефективност, са: освобождаването или редуцирането от реги-

страционни такси при закупуване на електрически автомобили; държавно подпомагане на покупката или посредством специални фондове финансиране на ценови преференции; право за избор на регистрационни номера под условие на съществуването на подобна такса; освобождаване от такси, свързани с паркиране в платени зони и използване на общинска и национална пътна инфраструктура; такси за използване на платени пътни съоръжения – мостове, тунели, фериботи; свободен достъп до ограничени зони за определени групи автомобили в градската среда; осигурено приоритетно паркиране и резервирани паркоместа; право на използване на приоритетна пътна инфраструктура, тогава когато пътната лента е сигнализирана за движение само на определени групи превозни средства; осигуряване на обществени зарядни станции със свободен достъп и др. Следователно, комплексът от директни и косвени монетарни мерки в комбинация с определени права, имат простимулиращо въздействие по отношение на потребителския избор в условията на по-висока крайна цена на електрическите автомобили и неизбежния допълнителен инвестиционен ангажимент към момента на подмяна на батерията. За определена група потребители подобни стимули допълват положителните измерения на по-ниските разходи за придвижване осигурявани от електрическите автомобили и тяхната екологичност. Въпреки това неясен остава въпросът за това, каква част от тези стимули ще се запази във времето и при промяна на собствеността на превозното средство като част от развитието на вторичен пазар на употребявани електрически автомобили. Нещо повече освен характерните особености на пазарите за използвани транспортни средства в сегмента на електрически автомобили втора употреба изключително значение за определяне на цената ще придобие състоянието и оставащия живот на акумулаторната батерия. Най-вероятно към момента, когато този пазар е напълно развит, ще отпаднат и съществена част от предлаганите стимули за последващите собственици на превозните средства. Тук трябва да се отбележи, че относителните разлики в системите, генериращи задвижването на конвенционалните и електрическите автомобили,

води и до по-различен тип поддръжката и ремонтни дейности, които при двигателя с вътрешно горене с напредване на неговия живот и интензивност на употреба също могат да бъдат фактор в полза на електрическия автомобил при определени условия.

Всички изброени предимства не следва да се приемат безкритично, тъй като съществуват и някои недостатъци, свързани с придобиването и притежаването на електрически автомобил към днешна дата, които можем да сведем до: в сравнителен план по-високите разходи за ремонтна поддръжка на автомобила, поради по-сложните му системи в сравнение с конвенционалните автомобили с двигатели с вътрешно горене, обуславя и по-голямата стойност на застрахователната премия на този клас автомобили; подългия хоризонт за изплащане на инвестицията в електрически автомобили в сравнение с конвенционалните превозни средства; недостатъчната осигуреност с изградена обществена инфраструктура от зарядни станции; необходимостта от инвестиция в изграждане на собствена зарядна станция в домашни условия и др. Тук изведеният ориентир в директива на Европейският парламент и Съветът на ЕС определя като препоръчителен среден брой зарядни точки, който следва да съответства на минимум една зарядна точка на всеки 10 автомобила, като също се отчита и видът автомобили, технологията за зареждане и наличните частни зарядни точки (Директива 2014/94/ЕС, 2014). В официалното наблюдение на Европейска обсерватория за алтернативни горива броят на зарядните станции на Стария континент към втората половина на 2017 г. е 118 131 бр., от които с нормален заряд са 104 656 бр. ( $\leq 22\text{kW}$ ), Тип-2AC – 3 298 бр., ChaDeMo – 4 530 бр., CCS – 3 554 бр. и Tesla SC – 2 093 бр. (European Alternative Fuels Observatory, 2017). Посочената структура е директен сигнал, че и по отношение на зарядните станции е необходимо наднационално стандартизиране, което да избегне проблемите на свързаността за автомобилните производители, енергийните оператори, търговците на енергия и крайните потребители. Ето защо, за да се гарантира, че проводниковите зареждащи системи са безопасни и надеждни Международната електротехническа комисия (IEC TC 69) е разработила, периодично



ревизира и публикува серия от международни стандарти IEC 61851 (Fachot, 2017). Последната актуализация е от 2017 г. и извежда международната система за електрическо зареждане на електрически превозни средства, което проправя пътя на по-доброто приемане на електрическите автомобили в настоящето.

### **Заклучение**

Драматичното развитие на климатичните промени изисква и поставя пред човечеството необходимостта от налагането на промени в традиционните методи на транспортиране. Електрическите автомобили и техните преходни плъг-ин хибридни версии предлагат логичния отговор, който да предизвика подобряване на отделяните емисии и дори нулеви нива във фазата на ежедневната употреба. Едно решение, което е неизбежния и наложителен отговор в новата човешка реалност, която задължава всеки индивид да проправи пътя на новите екологично ефективни технологии в своя ежедневен живот.

### **Използвана литература**

1. European Alternative Fuels Observatory. (2017, October 11). Total number of PEV charging positions. Retrieved October 11, 2017, from Electric vehicle charging infrastructure: <http://www.eafo.eu/electric-vehicle-charging-infrastructure>
2. European Automobile Manufacturers' Association (ACEA). (2017). ACEA Economic and Market Report: Quarter 4 2016 – March 2017. Brussels: ACEA.
3. Fachot, M. (2017, 03). Safe EV charging. Retrieved October 13, 2017, from International Electrotechnical Commission: <http://iecetech.org/issue/2017-03/Safe-EV-charging>
4. International Council on Clean Transportation. (2017, October 4). Electric Vehicles. Retrieved October 4, 2017, from International Council on Clean Transportation: <http://www.theicct.org/electric-vehicles>
5. International Energy Agency. (2017). Global EV Outlook 2017.

Paris: France by IEA.

6. IRENA. (2017). Electric Vehicles: technology brief, International. Abu Dhabi: International Renewable Energy Agency.

7. Larminie, J., & Lowry, J. (2012). Electric Vehicle Technology Explained. Chichester, West Sussex, UK: Wiley.

8. Mom, G. (2004). The Electric Vehicle: Technology and Expectations in the Automobile Age. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press.

9. Директива 2009/28/ЕО. (5 6 2009 г.). Директива 2009/28/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2009 година за насърчаване използването на енергия от възобновяеми източници и за изменение и впоследствие за отмяна на директиви 2001/77/ЕО и 2003/30/ЕО. Официален вестник на Европейския съюз (ОВ L 140), стр. 16-62.

10. Директива 2014/94/ЕС. (28 10 2014 г.). Директива 2014/94/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2014 година за разгръщането на инфраструктура за алтернативни горива. Официален вестник на Европейския съюз (ОВ L 307), стр. 1-20.

# РЕШЕНИЯ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА АСОРТИМЕНТА НА ТЪРГОВСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Симеонка Петрова*

## SOLUTIONS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ASSORTMENT OF COMMERCIAL ENTERPRISES

*Simeonka Petrova*

### Abstract

A number of issues stand out in the process of studying the essence and role of the solutions for sustainable development of retail assortment, representing not only a theoretical but also a practical problem. Sustainability is turned into an immediate measure of the dynamic changes that occur as a result of the application of modern concepts for creating market advantages. A source of some of these advantages is the innovative approaches used to form and secure the sustainability of retail assortment. The main purpose of the present paper is to examine and interpret the basic theoretical and methodological formulations of the formation and sustainable development of retail assortment. The versatility of the process thus outlined predetermines the researcher's interest.

**Key words:** *process of retail assortment formation; sustainability of retail assortment.*

### 1. Въведение

В условията на модерна глобална икономика за търговските предприятия е присъщо постоянното търсене на нови подходи към формирането и устойчивото развитие на асортимента. Тези подходи се свързват с възможностите за по-добро задоволяване на изискванията на целевите потребители чрез възприемане на различни стратегии за диверсифициране на търговския бизнес, основаващи се на отличителните особености, специфичните характеристики на предлаганите стоки, търговския формат, привлекателния дизайн и високия имидж, гарантиращи повишена удовлетвореност на потребителите.

В предлаганата разработка обект на изследването са търгов-

ските предприятия, чието развитие се влияе от настъпващите динамични изменения в предлагания асортимент. Предмет на изследването са теоретико-практическите подходи за реализация на формирането и устойчивото развитие на търговския асортимент.

*Основната цел на настоящата разработка е да се разгледат и интерпретират базови теоретико-методологични постановки на формирането и устойчивото развитие на търговския асортимент, които, проверени в определена степен по емпиричен път, да спомогнат последващото развитие на търговското предприятие.*

Постигането на изследователската цел предпоставя последователността на изложението.

## **2. Теоретико-методологична рамка на формирането на устойчив търговски асортимент**

По своята икономическа природа, както потвърждават в своите разработки *P. Boatwright* и *J. Nunes*, формирането на асортимента е своеобразен процес на подбор на различни групи стоки, техните видове и разновидности, диференцирани по отличителни признаци, с цел предлагане и продажба в търговския обект.<sup>1</sup> Този процес следва да отчита избраната форма на стоквата специализация, размера на търговската площ и особеностите на организацията и технологията на търговския процес.

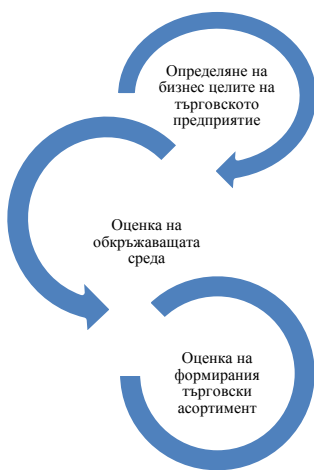
Формирането на устойчив асортимент способства създаването на оптимален размер на приходите от продажби за дълъг период от време и се превръща във една от фундаменталните предпоставки за създаване на конкурентоспособност и благосъстояние на търговеца. В това направление изследователят *Ф. Котлър* предлага сполучлив подход, като обособява следните два етапа: анализиране на стоквите линии, включващо постоянно набиране и обработване на данни за обемите и стойностните размери на продажбите и печалбите по отделни стокви единици; приемане на решения за дължината на

---

<sup>1</sup> Boatwright, P., Nunes, J. Reducing Assortment: An Attribute-Based Approach. *Journal of Marketing* 65 (3), 2001, p. 50-63.

стоковите линии, необходимостта от обновяване или съкращаване.<sup>2</sup>

При извеждане на същността на процеса теоретиците *Е. Дихтъл* и *Х.Хершген* предлагат формирането на устойчивия асортимент да отчита икономическите цели на търговското предприятие върху основата на критериите за увеличаване на обема на продажбите и максимизиране на печалбата.<sup>3</sup> Съобразяването с това принципно дефиниране позволява да се очертаят направленията на изследвания процес, намиращи израз в: оценка на стоките върху основата на отчетни аналитични данни за структурата на продажбите, показваща относителните дялове на отделните стоки и стокови групи в общия стойностен размер на продажбите; оценка на микрообкръжаващата среда на търговското предприятие, в т.ч. и на потребителите. Опагледяването на така откритите направления на процеса на формиране на устойчив асортимент може да се постигне посредством фиг. 1.



**Фиг. 1. Направления на формиране на устойчив търговски асортимент**

*Източник:* адаптирано по - Дихтъл, Е., Х. Хершген. *Практическият маркетинг: Учебное пособие.* Изд. „Инфра-М“, Высшая школа, 1996, с. 59.

<sup>2</sup> Котлер, Ф. Основы маркетинга. Издательский дом „Вильямс“, Санкт-Петербург, 2007, с. 263.

<sup>3</sup> Дихтъл, Е., Х. Хершген. *Практическият маркетинг: Учебное пособие.* Изд. „Инфра-М“, Высшая школа, 1996, с. 59.

Според теоретичните постановки на *Завьялов, П.*, формирането на устойчив асортимент на търговското предприятие представлява система, която обхваща: определяне на търсенето и на изискванията на потребителите, открояване на особеностите на потребителското поведение, оценяване на асортимента от стоки, проучване на конкурентите и др.<sup>4</sup>

Анализът на различните методики на формиране на търговския асортимент и обезпечаване на неговата устойчивост позволява да се открият определени сходства. В своята цялост проучваните методики подчертават значимостта на пазарното възприемане на стоките и оценяване на получените резултати от гледна точка на икономическата ефективност на дейността на търговеца. В това аналитично направление са необходими данни за пазарните сегменти, предлаганите стоки, потребителските предпочитания, динамиката на цените. В основата на процеса на формиране на търговския асортимент се поставя разбирането, че всяка стока от асортимента в определена степен оказва влияние върху финансовото състояние на търговските предприятия. Отчитане на времето на присъствие на стоката на пазара е необходимо, тъй като търсенето от потребителите на нови стоки и на пазарно утвърдили се стоки е различно.

Разглеждането на асортимента от гледна точка на включените в него стоки от различен ценови диапазон е от съществена значимост в условията на изострена конкурентна борба. Ценовите решения оказват пряко въздействие върху равнището на продажбите на търговските предприятия.

Изследователят *Л. Брагин* извежда следните по-значими принципи, чието спазване предпоставя избора на определени групи от стоки при: съблюдаване на съответствието между асортимента от стоки и характера на потребителското търсене; осигуряване на достатъчна ширина и дължина на асортимента; обезпечаване на устойчивост на асортимента, обуславяща съкращаване на разходите по веригата на доставки и позволяваща стандартизиране на всички

---

<sup>4</sup> Завьялов, П. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. Учебное пособие, Инфра-М, Москва, 2008, с. 117-121.

важни търговско-технологични процеси и операции, както и подобряване на организацията на тяхното изпълнение с минимални разходи на труд, материални и финансови ресурси; повишаване на рентабилността на търговския асортимент посредством отчитане на възможните размери на търговските надценки и отстъпки, равнището на обръщаемост на стоковите запаси и други икономически фактори.<sup>5</sup>

Така приведените теоретично-методологични постановки спомагат необходимото интерпретиране на съдържанието на процеса на формиране на устойчив асортимент.

### **3. Емпирични измерения на устойчивостта на търговския асортимент**

Проучванията на търговската практика показват, че значима част от подходите към устойчивостта на търговския асортимент намират израз в съкращаването на разходите по веригата на доставките. Подобен подход се осъществява от такива търговци, като търговските вериги „Billa“, „Kaufland“ и „Lidl“, посредством изграждането на регионални логистични центрове. Доставчиците осигуряват придвижването на стоките до съответните логистични платформи, където се прегрупират, уедряват и изпращат до магазините. Този подход намалява транспортните разходи, тъй като дистрибуторите доставят необходимите стокови наличности директно в централния склад на търговската верига. Производителите също извършват сходни доставки със собствен транспорт. Така например практическите данни сочат, че немската търговска верига „Lidl“ при изграждане на втори логистичен център в България извършва инвестиция от над 80 милиона евро. Модерният логистичен център е с разгърната площ от над 197 000 кв. м.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Брагин, Л., Г. Иванов, И. Стукалова, А. Зверева, В. Куренкова. Торговля: состояние и перспективы развития: Сборник научных статей и докладов на научно-практических конференциях. Часть I, Изд. „Спутник“, Москва, 2011, с. 37-38.

<sup>6</sup> Регал, „Лидл“ изгражда втори логистичен център в България, София, 2015, с. 37.

Наред с правилното формиране съществена значимост има обезпечаването на устойчивостта на асортимента от стоки. Този показател се явява един от основните за състоянието и развитието на асортимента на търговското предприятие. В това направление *Еремина, Ю.* възприема, че показателят устойчивост характеризира колебанията в ширината и дълбочината на асортимента, настъпващи през определен период от време.<sup>7</sup>

За търговеца устойчивостта или стабилността на асортимента характеризира постоянната наличност от стоки от съответен вид или разновидност, предназначени за продажба. От една страна, устойчивият асортимент в магазина се свързва с възможността за покупка на стоки с устойчиво търсене, а също и със съкращаване на времето за вземане на решение и за реализиране на покупката. От друга страна, формирането на устойчив асортимент позволява повишаване на ефективността на процеса на покупко-продажбата. Стремжът на търговските предприятия от верижен тип към привличане на възможно най-голям брой потребители и увеличаване на обема на продажбите и печалбите обуславя значителното увеличаване на асортимента от предлагани стоки. В това направление съблюдаването на пазарните анализи, осъществени от *Breisch, R.* и *Cintagunta, A.*, позволява да се констатира, че през последното десетилетие съвременните американски супермаркети за хранителни стоки предлагат повече от 47 000 артикула, което превишава с повече от два пъти асортимента, предлаган от този тип магазини преди десет години.<sup>8</sup> Според цитираните изследователи през този период темпът на нарастване на асортимента значително превишава темповете, с които се увеличават търговските площи и рафтовото пространство в магазините. От друга страна, разширяването на асортимента не винаги се оценява от потребителите, което налага извършване от търговците на допълнителни разходи за обновяване на стоките запаси. През определен период от своето функ-

---

<sup>7</sup> Еремина, Ю. и кол. Товарный менеджмент. Инфра-М, Москва, 2015, с. 145.

<sup>8</sup> Breisch R.A., Cintagunta P.K., Fox E.J. How does assortment affect grocery store choice? // Journal of Marketing Research, 2009, Vol. 46, № 2, p. 37.



циониране – през 2009 година, такива крупни търговски вериги, като Walmart и Kroger Co, предприемат действие по снижаване на асортимента с около 15 %. Устойчивостта в развитието и управлението на търговския асортимент изисква гъвкави решения, създаващи балансираност между изгодите за потребителите и разходите на търговските предприятия при изменение на асортимента.

Така приведените данни спомагат да се установи, че в теорията и практиката не съществува универсален подход към устойчивото развитие на търговския асортимент.

### Заключение

Направеният опит за разглеждане и интерпретиране на природата на сложност на теоретико-практическите подходи за формиране и устойчиво развитие на търговския асортимент е основание за формулиране на следните **по-важни изводи**:

*Първо.* Върху основата на приведените теоретични аргументи за отчитане на избраната форма на стокова специализация, размера на търговската площ и особеностите на организацията и технологията на търговския процес се извеждат характеристиките и спецификите на формирането на асортимента, като своеобразен процес на подбор на различни групи стоки, техните видове и разновидности, диференцирани по отличителни признаци, с цел предлагане и продажба в търговския обект.

*Второ.* Прилагането на методически инструментариум позволява да се открият основните елементи на системата на формиране на устойчив търговски асортимент, превръщаща се в непосредствен измерител на динамичните промени на осъществявания бизнес.

В порядъка на разглежданата проблематика може да се обобщи, че преимуществата от използване на ефективни подходи за формиране и устойчиво развитие на търговския асортимент намират израз в създаването на търсените пазарни предимства на търговските предприятия.

### Използвана литература

1. Брагин, Л., Г. Иванов, И. Стукалова, А. Зверева, В. Куренкова. Торговля: состояние и перспективы развития: Сборник научных статей и докладов на научно-практических конференциях. Часть I, Изд. „Спутник“, Москва, 2011, ISBN: 978-5-9973-1291-6, 272 с.
2. Дихтль, Е., Х. Хершген. Практический маркетинг: Учебное пособие. Изд. „Инфра-М“, Высшая школа, 1996, ISBN: 5-06-003221-3, 256 с.
3. Еремина, Ю. и кол. Товарный менеджмент. Инфра-М, Москва, 2015, ISBN: 978-5-16-006908-1.
4. Завьялов, П. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. Учебное пособие, Инфра-М, Москва, 2008, ISBN: 5-16-000011-9.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Издательский дом „Вильямс“, Санкт-Петербург, 2007, ISBN: 978-5-8459-03761.
6. Регал, „Лидл“ изгражда втори логистичен център в България, София, 2015, ISSN: 1312-6113.
7. Boatwright, P., Nunes, J. Reducing Assortment: An Attribute-Based Approach. Journal of Marketing 65 (3), 2001, ISSN: 0022-2429.
8. Breisch R.A., Cintagunta P.K., Fox E.J. How does assortment affect grocery store choice? // Journal of Marketing Research, 2009, Vol. 46, № 2, ISSN: 0022-2437.

# МАРКЕТИНГОВИ ИЗМЕРЕНИЯ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ

*Мария Георгиева*

## MARKETING PERSPECTIVE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

*Mariya Georgieva*

### Abstract

In the 21<sup>st</sup> century business and society demonstrate a stronger strive for achieving a stable balance between social, economic and ecological goals, the triad of which is the basis of the concept of sustainable development. The practical approach to achieve this development relies on the principles of “sustainable consumption and production”. Companies that seek to produce and sell their products sustainably identify themselves as "corporate citizens"; their target market is the segment of the "sophisticated" clients for which the "sustainable consumption" is inherent.

**Key words:** *Sustainability, sustainable consumption, sustainable production, CSR, "corporate citizens", "sophisticated" clients.*

В „Никомахова етика”, четиристотин години преди новата ера, Аристотел посочва, че основна цел на икономиката е да твори добро за обществото. Обвързването на тези думи с формулираната значително по-късно сентенция на Сенека - „Трябва да живееш за другите, ако искаш да живееш за себе си”, дава основание да се твърди, че макар безспорен аргумент за съществуването на всяка компания да е реализирането на печалба, истински печеливша е само онази организация, която редом до своите интереси, отстоява и интересите на социума. За постигането на този баланс важна роля има концепцията за устойчиво развитие разглеждана като балансирано триединство на социалните, икономически и екологични цели на обществото.

Стремежът на бизнеса и обществото към устойчиво развитие в 21 век налага трайна промяна във философията на обществените и

икономически процеси и поставя сериозни предизвикателства пред маркетинговата теория и практика. Котлър говори за зараждането на нов етап в маркетинга – етап, в който приоритет се дава на ценностите (т.нар. Маркетинг 3.0), и в контекста на който потребителите търсят компании, които не просто предоставят най-добрите продукти или услуги на пазара, а чиито мисия, визия и ценности в максимална степен биха удовлетворили техния стремеж към социална, икономическа и екологична справедливост.

Изложеното говори за настъпването на осезаема промяна както в профила на съвременните компании, така и в този на „клиентите”. Последните стават много по-взискателни в критериите при избор и покупка на продукти и услуги; формира се сегмент от „изтънчени” (sophisticated) клиенти, чието потребление се характеризира като „устойчиво”. Появата на този относително нов потребителски сегмент стимулира компаниите да „произвеждат устойчиво” и да поддържат поведение на добри корпоративни граждани – компании, които се справят добре и едновременно с това се стремят да правят добро - характеристика, обединяваща противоположните по-същество виждания на двама от основоположниците на Корпоративната социална отговорност (КСО) в САЩ – Карнеги и Розенвалд. Обединяващото и в двете позиции е твърдото убеждение, че социално-отговорното поведение се утвърждава като задължителен елемент в съвременния начин на правене на бизнес; правеното на добро - е онова, което отличава добрите компании от великите ("Добрата компания предлага отлични продукти и услуги, а великата компания прави всичко това и се стреми да направи света едно по-добро място." **William Ford Jr., Chairman, Ford Motor Co.**)

Макар доброто да е философска категория, чието съдържание и обхват са дискуссионни и подлежащи на субективна интерпретация, Котлър подчертава, че „в света на бизнеса доброто се свързва с КСО” (Котлър и Лий, 2011, стр. 2). Последната се разглежда като стратегия за постигане на устойчиво развитие; КСО се явява пресечна точка на устойчивост “intersection point of sustainability” в процеса на изграждане и поддържане на баланс между

интересите на двете основни страни в бизнес процеса - компаниите корпоративни граждани, които „произвеждат устойчиво” и сегмента на „изтънчените” клиенти, присъщо за които е „устойчивото потребление”. Хокертс и Морсинг конкретизират, че устойчивото развитие всъщност е глобалното ниво на приложение на концепцията за КСО (Hockerts and Morsing, 2008).

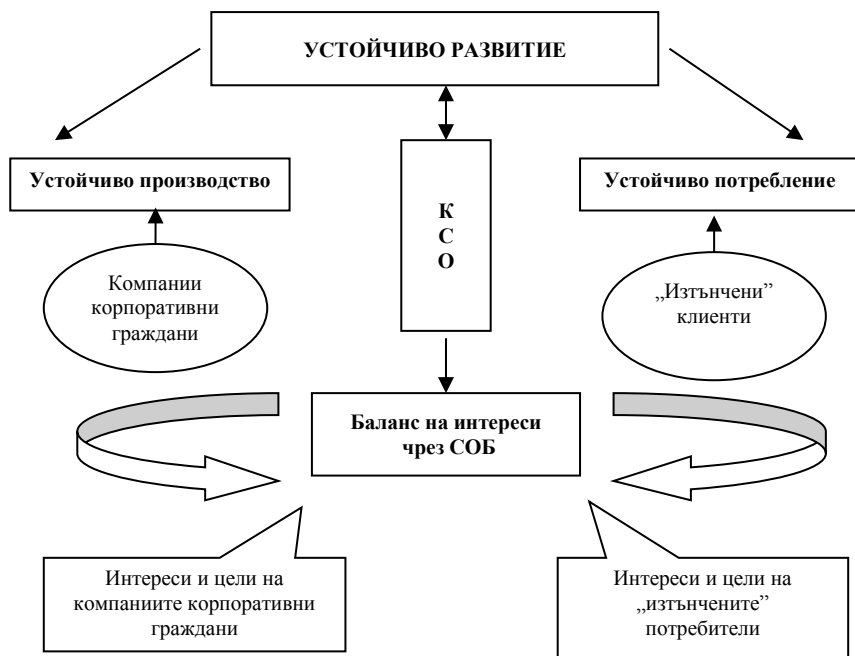
Целта на настоящия доклад е в систематизиран вид да изясни същността на концепцията за устойчиво развитие като постави акцент върху маркетинговите аспекти на нейното проявление, разгледани в контекста на устойчивото производство и потребление.

По своята същност устойчивото развитие може да бъде дефинирано като „развитие, което създава възможност за задоволяване потребностите на днешното поколение без да се застрашава възможността на бъдещите поколения да задоволяват своите потребности” (World Commission on Environment and Development (WCED), 1987, стр.43). С други думи, философията на устойчивото развитие е постигане на динамична и конкурентноспособна икономика, основана на знанието, която преследва икономическите и социални цели в баланс с изискванията за опазване и подобряване качеството на околната среда и която се стреми да съхрани необходимите потенциал и ресурси за нуждите на бъдещите поколения.

Георгиева (2012) посочва, че устойчивото развитие не следва да се разглежда като ограничител на икономическия растеж, точно обратното - то представлява балансирано триединство на икономическите, социалните и екологичните цели. Въз основа на изложеното може да се обобщи, че в съвременен план устойчивото развитие се гради от три стълба (Петрова, Костова, Велев, 2012, стр.21): (1) икономически растеж, (2) социална справедливост и (3) възстановяване и възобновяване на природните ресурси.

Практическият подход за постигане на това развитие се изразява във възприемането на принципите на устойчиво потребление и производство. Василева и колектив посочват, че именно устойчивото потребление и производство изграждат основите на концепцията за устойчиво развитие (Василева и др., 2012, стр.12). Образно те могат да бъдат разглеждани като „двете

страна на една и съща монета”. Екологичните, икономическите и социалните измерения на производствените модели са пряко свързани с моделите на потребление на пазара. Производителите могат да прилагат нови технологии, за да намалят отрицателното въздействие върху околната среда, да редуцират броя на вредните емисии и да повишат ресурсната ефективност на производствения процес, но техните усилия биха били безсмислени ако потребителите не търсят и не купуват тези продукти и услуги. Фигура 1 онагледява взаимовръзката между коментираните елементи и дава обща представа за това - какви са маркетинговите аспекти в контекста на устойчивото развитие:



\* КСО – Корпоративна социална отговорност; СОБ – социално -отговорен брандинг.

**Фиг. 1. Маркетингови измерения на устойчивото развитие**

Компаниите, които следват принципите и прилагат практиките на устойчиво производство се идентифицират като корпоративни граждани. „Изтънчени” са клиентите, които не просто купуват продукти с добро качество, на разумна цена, а прилагат по-високи стандарти и критерии в своя потребителски избор; клиенти, които са силно ангажирани и отговорни в процеса на вземане на решение за покупка, защото са убедени, че всеки индивидуален потребителски избор има своята проекция и отражение върху качеството на живот както на днешното, така и на следващите поколения. При също за тях е устойчивото потребление.

За балансирането на интересите и целите на двете страни важна роля има социално – отговорният брандинг (СОБ). По своята същност той е форма на интегриране на принципите на изграждане и управление на брандовете с идеологията на Корпоративната социална отговорност (КСО). СОБ, от една страна, идентифицира и диференцира компаниите корпоративни граждани, а от друга – служи като сигнал за „изтънчените” клиенти кои от предложенията на пазара кореспондират на техните специфични, и в голяма част от случаите – по-високи критерии при избор на продукт/услуга.

Важно е да се подчертае, че в специализираната литература няма разписана конкретна дефиниция за това какво е „устойчиво производство”. Систематизирането на няколко ключови аспекта дава представа за съдържанието на понятието. Устойчивото производство предполага: (1) намаляване на ресурсната ефективност; (2) устойчиво опаковане; (3) екомаркировка; (4) оценка на жизнения цикъл, изготвяне на продуктов отпечатък и екологична декларация.

Компаниите, които произвеждат устойчиво се идентифицират като корпоративни граждани (в превод от английски език – *corporate citizens*; идва от понятието – корпоративно гражданство – *corporate citizenship*). По своята същност корпоративното гражданство представлява система от ценности, насочени към хармонизиране на бизнес интересите със социалните интереси и към съхраняване на екосистемите (Веселинова, 2005). Корпоративното гражданство означава активно присъствие на компанията не само в пазарното, но

и в социалното пространство. Важно е да се подчертае обаче, че активността може да има различни измерения като въз основа на това могат да бъдат идентифицирани четири сегмента (таблица 1) (адаптирана по Славова, 2013):

*Таблица 1*

**Сегментни профили на компаниите корпоративни граждани**

<b>Първи сегмент: компании с намерения за КСО</b>	<b>Втори сегмент: компании с традиционен подход към КСО</b>
Включва компании, които имат разписани и публично оповестени политики в областта на КСО, но не са ангажирани с реални практики.	Характерно за тази група компании е, че те изпълняват своя ангажимент към КСО преобладаващо под формата на парични дарения. Обикновено даренията са за различни каузи като рядко те са обвързани с предмета на дейност на компанията.
<b>Трети сегмент: компании в преход от традиционен към стратегически подход спрямо КСО</b>	<b>Четвърти сегмент: компании със стратегически подход към КСО</b>
В този сегмент попадат компаниите, които освен паричен принос, реализират и други регулярни форми на ангажираност в областта на КСО. Очаква се, в дългосрочна перспектива, тези компании да бъдат последователни в своите намерения и действия и те да бъдат пряко обвързани с предмета им на дейност.	Обхваща компаниите, при които КСО е интегрирана в цялостната им концепция за корпоративно управление. Това са същинските корпоративни граждани, за които провеждането на комплексни и дългосрочни инициативи в областта на КСО е форма на обичайно бизнес поведение. При тях гражданството е израз на ангажираност към социалните норми и ценности, към държавата, обществото и неговите проблеми. То не просто декларира принадлежност към конкретна общност, а изразява активната си позиция спрямо нея (Райков, 2004).



Компаниите корпоративни граждани са организации със социално съзнание, които във всички свои действия и решения, в това число и в процеса на производство, търсят баланс между собствените си интереси и обществените търсения на модели за устойчиво развитие. В своето поведение корпоративните граждани се ръководят от хуманистични принципи и ценности, без които устойчивостта и развитието на социума са немислими. Приносът им към обществото и общественото благополучие е в основата на тяхната икономическа стабилност и растеж. Котлър отбелязва, че в контекста на Маркетинг 3.0. печалбата на компаниите се формира като резултат от оценката на потребителите за „техния принос към благото на човечеството” (Котлър, Картаджая и Сетиаван, 2010, стр.40).

Разгледаните до момента идеи дават основание да се твърди, че корпоративните граждани са компании, които успешно реализират концепцията „тройна ефективност”. Данкова посочва, че на ниво бизнес организация устойчивото развитие се постига именно чрез прилагането на тази концепция (Данкова, 2012, стр.22-23). Въведена от Еклингтън през 1997г. в знаковата му книга „Канибали с вилици” концепцията „тройна ефективност”, известна още като 3Р, отразява стремежа на компаниите за постигане на баланс между печалбата (Profit), хората (People) и природата/планетата (Planet). Тя насочва вниманието на бизнес организациите не само към икономическата стойност, която те създават, но и към създадената и разрушената от тях социална и екологична стойност. В тази връзка, Еклингтън (1997) отбелязва, че реализирането на концепцията „тройна ефективност” предполага познаване и съобразяване с интересите на различните заинтересовани лица на компанията – акционери, клиенти, служители, бизнес партньори, местна общност. Савиц и Уебър (2006) допълват, че удовлетворяването на интересите на бизнеса е немислимо без участието и подкрепата на заинтересованите лица и обратното – интересите на заинтересованите лица не мога да бъдат постигнати без участието на бизнеса. Тези две сфери на интереси формират така наречената от авторите – „пресечна точка на устойчивост”. Савиц и Уебър (2006)

отбелязват, че най-успешните компании по света се стремят да идентифицират тази пресечна точка и да се придвижат към нея.

На фигура 1 ролята на своеобразна „пресечна точка на устойчивост“ изпълнява СОБ. Той се явява балансър на интересите и целите на компаниите корпоративни граждани от една страна и „изтънчените“ потребители, от друга.

Присъщо за последните е „устойчивото потребление“<sup>9</sup>. То може да се разглежда като усъвършенствана форма на потребление, в която са заложили идеите за опазване на околната среда, подобряване на живота и по-ефективна употреба на природните ресурси.

Като се позовават на дефиницията за устойчиво развитие, Василева и колеktiv (2012) разглеждат устойчивото потребление като процес, при който „днешните потребителски нужди се посрещат, без да се ограничават потребностите и възможностите на бъдещите поколения“. Крайната цел на устойчивото потребление е по ефективен и ефикасен начин да повиши качеството на живот за всички потребители от днешното и бъдещите поколения като в същото време минимизира свързаните с икономиката, обществото и околната среда вредни въздействия.

Значителен брой научни изследвания лансират и потвърждават тезата, че има резон устойчивото потребление да се разглежда като една от все по-често срещаните форми на потребителско поведение

---

<sup>9</sup> В някои литературни източници „устойчивото потребление“ се нарича още „устойчиво консуматорство“ (в превод от английски език – consumerism). Подобно отъждествяване обаче е недопустимо. Консуматорството, или както още се превежда - консумеризмът е понятие, което в съвременни условия има подчертано негативен оттенък. Отразява ситуация, при която потреблението е прекомерно, надхвърля реалните финансови възможности на хората и не съответства на реалния темп на развитие на икономиката. Според някои специалисти именно консумеризмът е една от причините за Световната икономическа криза от 2007г. – невъзможността на американските потребители да обслужват кредитите и ипотеките на закупените от тях имоти. В този смисъл, няма как консуматорството да бъде устойчиво, то отразява ситуация, която нарушава естествения икономически баланс и застрашава интересите на обществото.

през 21 век. Още през 1994г., в проучване на Минет Дръмрайт (1994) за Journal of Marketing, 75 % от потребителите споделят, че техните решения за покупка са били повлияни от репутацията на компанията, свързана с уважение към природата. През 2011г. Филип Котлър и Нанси Лий (2011) представят резултатите от изследване, проведено от Бизнесът за социална отговорност в 23 държави с 25 000 респондента. Заключениета от изследването показват, че: 90% от участниците очакват компаниите, от които закупуват продукти да са фокусирани върху нещо повече от печалбата; 60% споделят, че формират впечатленията си за една компания на база на социалната ѝ отговорност; 17% заявяват, че избягват покупката на продукти/услуги от компании, за които считат, че със своите дей-ствия оказват негативен ефект върху икономиката, обществото и околната среда. През 2015г. NIELSEN(2015) генерират подобно изследване, в обхвата на което влизат 30 000 респонденти от 60 държави по света. Резултатите от него показват, че 66 % от запитаните предпочитат да закупуват продукти от компании, които са интегрирали концепцията за устойчивостта в своите процеси, дори когато тези продукти са на цена – по-висока от средната за пазара.<sup>10</sup>

Необходимо е да се направи уговорка обаче, че наличието на устойчив тип потребление не изключва съществуването на ситуации, при които за клиентите от значение е единствено набавянето на конкретен продукт/услуга с цел задоволяване на възникнала потребност без оглед на това – какъв ефект потреблението на този продукт/услуга има върху самия потребител, обществото като цяло или околната среда. С други думи, има ситуации и потребителски сегменти, при които, поради наличието или отсъствието на определени фактори – финансови, личностни, ситуационни - устойчивото потребление е нерелевантно. Нещо повече, от гледна точка на научната прецизност е по-правилно да се каже, че устойчивото потребление е преимуществено присъщо за

---

<sup>10</sup> За сравнение, подобно изследване е проведено и през предходните две години. Резултатите показват ясна тенденция на увеличаване на дела на потребителите, ориентирани към „устойчиво потребление” – през 2013г. - 50%; през 2014г. – 55 % и през 2015г. – 66%.

определен потребителски сегмент, формиран от така наречените „изтънчени” клиенти <sup>11</sup>. Този сегмент обхваща онази част от потребителите на пазара, които се отличават с високо етично съзнание и интензивно устойчиво потребление. Последните две могат да се разглеждат като естествено следствие от процеса на еволюция в профила на значима част от клиентите. Поредица от научни изследвания показва, че с развитието на пазарите през годините потребителите стават: осезаемо по-образовани (Hirschman, 1980); разполагат с широк достъп до информация, вследствие на което са по-добре осведомени (Alba&Hutchinson, 1987); значително по-опитни са в реализирането на покупки (Sproles' Geisfeld&Badenhop, 1978); по-компетентни в своя потребителски избор (Feick&Price, 1987); все по-ценностно – ориентирани (Feick& Price, 1987). Това дава основание на много автори да обобщат, че делът на съвременните потребители, които се идентифицират като „изтънчени” става все по-голям (Titus&Bradford, 1996), (Sauer, 1998, p.1-20). „Изтънчеността” се възприема като естествено провокиран отговор на нарастващата склонност към консуматорство – тенденция, срещу която съвременният свят се стреми да противопостави чрез устойчивост.

Естествената икономическа логика предполага компаниите да бъдат създавани и управлявани с цел да генерират печалба чрез удовлетворяването на определена съвкупност от пазарни желаниа и потребности. Променената парадигма на традиционния бизнес показва обаче, че с течение на времето значима част от обществеността започва да очаква от компаниите не просто да реализират добри икономически резултати, а да бъдат катализатори на устойчивото развитие на социума. В търсене на отговор на това

---

<sup>11</sup> В чуждоезиковата литература този потребителски сегмент се определя като „sophisticated”. Липсата на директен и точен превод на чуждицата „софистициран” в българския език дава основание да бъде използван неин синоним. Поради тази причина „софистицираните” клиенти се идентифицират като „изтънчени”. Друг възможен превод – „комплексни” клиенти – по-компетентни от останалите; с изисквания, които дават основание да бъдат класифицирани като сложни в процеса на обслужване.

предизвикателство все по-голям брой бизнес организации се преориентират към устойчиво производство. Последното заедно с устойчивото потребление са израз на практическата реализация на устойчивостта на съвременните пазари.

### **Използвана литература**

1. ВАСИЛЕВА, Е., ИВАНОВА, Д., ТИПОВА, Н. И СТЕФАНОВ, С. (2012). Устойчиво потребление в България. Издателски комплекс – УНСС, София.

2. ВЕСЕЛИНОВА, З. (2005) Корпоративното гражданство – новият аспект във фирмената култура, Маркетинг и стратегическо планиране: теория, практика, обучение, сборник доклади от международна научна конференция, 9-12 септември 2004г., Равда. УИ Стопанство, с. 498.

3. ГЕОРГИЕВА, Е. (2012) Тенденции в развитието на маркетинговата теория и практика, Международна научна конференция „Маркетингът – реалност и проекции в бъдещето”, сборник доклади от конференция по повод 15 години катедра Маркетинг при Икономически университет – Варна, с. 2.

4. ДАНКОВА, П. (2012) Човешкият фактор в Корпоративната социална отговорност. Геа Принт, Варна.

5. КОТЛЪР, Ф. и ЛИЙ, Н. (2011) Корпоративна социална отговорност – най-доброто за вашата компания и вашата кауза. София: Рой Комюникейшън.

6. КОТЛЪР, Ф., КАРТАДЖАЯ, Х. И СЕТИАВАН, А. (2010) Маркетинг 3.0. Локус.

7. ПЕТРОВА, В., КОСТОВА, Д. & ВЕЛЕВ, В. (2012) Корпоративната социална отговорност – фактор за устойчиво развитие. Годишник на минно-геоложкия университет „Св. Иван Рилски”, Том 55, Хуманитарни и стопански науки, с.21.

8. РАЙКОВ, З. (2004) Корпоративен гражданин. Дармон.

9. СЛАВОВА, И. (2013) Социалните постулати на бизнеса: от традиционен към стратегически подход в развитието на Корпоративната социална отговорност в България, Годишник на УНСС. УИ Стопанство, с. 187-188.

10. ALBA, J. W & HUTCHINSON, J. W. (1987) Dimensions of consumer expertise. // *Journal of consumer research*. Vol.13, March, p.411-454.
11. DRUMWRIGHT, M. (1994) Social Responsibility Organizational Buying: Environmental Concern as a Noneconomic Buying Criterion. // *Journal of Marketing*. Vol.58, July, p.1-19.
12. ELKINGTON, J. (1997) *Cannibals with Forks: The triple bottom line of 21<sup>st</sup> century business*. Capstone: Oxford.
13. FEICK, L. F. & PRICE, L. L. (1987) The market Maven: a diffuser of Marketplace information. // *Journal of Marketing*. Vol.51 (1), January, p. 83-97.
14. HIRSCHMAN, E. C. (1980) Innovativeness, Novelty seeking and Consumer Creativity. // *Journal of Consumer Research*. Vol. 7(3), p.283-295.
15. HOCKERTS, K. and MORISING, M. (2008) A literature review on corporate social responsibility in the innovation process. Copenhagen Business School. Center for Corporate Social Responsibility.
16. NIELSEN (2015) *The Sustainability Imperative*. New insights on consumer expectations. NIELSEN report.
17. SAUER, N. E. (1998) *Consumer Sophistication: Conceptualization and Measurement of a neglected marketing construct*. University of Mannheim.
18. SAVITZ, A. and WEBER, K. (2006) *The triple bottom line: How today's best-run companies are achieving economic, social, and environmental success – and how you can too*. John Wiley & Sons.
19. SPROLES, G. B. & GEISTFELD, L. V & BADENHOP, S. B. (1978) Informational Inputs as Influences on efficient consumer decision making. // *Journal of consumer affairs*. Vol.12, Summer, p.88-103.
20. TITUS, P. A. & BRADFORD, J. L. (1996) Reflections on consumer sophistication and its impact on ethical business practice. // *Journal of consumer affairs*. Vol.30 (1), Summer, p. 170-193.
21. WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED) (1987) *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

# КОНВЕНЦИОНАЛЕН СРЕЩУ УСТОЙЧИВ МАРКЕТИНГ

*Селвет Ниязиева*

## CONVENTIONAL V.S. SUSTAINABLE MARKETING

*Selvet Niyazieva*

### Abstract

Nowadays, sustainable development is a world-class trend and one of the ways in which society can cope with the problems it faces today. This paper aims to briefly review the concept of sustainable marketing and clarify how it is better than traditional marketing. This publication is based on secondary data collected from various sources, including scientific papers, journals, conferences, periodicals, textbooks, and the Internet. We focus mainly on the concept of sustainable marketing and discuss the differences between traditional and sustainable marketing. We look at the challenges facing sustainable marketing and offer different ways to overcome them.

**Key words:** *sustainable marketing, conventional marketing, sustainable development, sustainability.*

### Въведение

В наши дни устойчивото развитие е тенденция, която набира скорост в световен мащаб и е един от начините обществото да се справи с проблемите пред които е изправено днес. В научната литература понятието „устойчивост“ в съвременното му значение е използвано за пръв път през 1972 г. в Стокхолм. Първата официална дефиниция на „устойчивото развитие“ е в Доклада на Брутландската комисия където е записано: "*Устойчивото развитие е развитие, което отговаря на нуждите на настоящето, без да отнема възможността на бъдещите поколения да посрещат своите собствени нужди*" (Emas, 2015). Растящото значение на концепцията за устойчиво развитие намира своето отражение в маркетинговата политика на фирмите на микро и макро ниво. Появява се нова концепция - устойчив маркетинг, която се

фокусира върху необходимостта от удовлетворяване на нуждите чрез печалба, като същевременно създава, комуникира и предоставя стойност на потребителите, заинтересованите страни и обществото. Следователно с концентрирането на дейности върху постигането на ценности от социален, етичен и/или екологичен характер, при запазване на икономическата ефективност, маркетинга може да се разглежда като дейност, която позволява осъществяването на устойчиво развитие на фирмено ниво. Изхождайки от това определение може да се каже, че дефинициите на устойчивостта и маркетинга фундаментално се сблъскват една с друга. Целта на маркетинга е увеличаване на продажбите и постоянен растеж, което е в противоречие с устойчивостта, която има за цел да намали общото потребление и действа като трансформационна промяна в обществото (Jones, Clarke-Hill, Comfort, & Hillier, 2008). В повечето маркетингови проучвания обхватът на устойчивостта се ограничава само до екологичните проблеми, докато устойчивостта включва и социални и икономически въпроси (Gupta, 2012; Kumar, Rahman, Kazmi, & Goyal, 2012). Тя може да се разглежда като обществена промяна, която има за цел да промени установения ред на неустойчиво потребление. С други думи, традиционната маркетингова концепция, която пренебрегва социалните и екологичните аспекти на предлаганите продукти и услуги, трябва да даде път на нова маркетингова парадигма, която ще допринесе за устойчиво развитие.

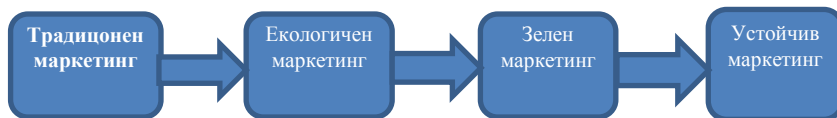
### **Изложение**

Историческите корени на маркетинга могат да се търсят във времето, когато се появяват първите форми на размяна, но същинската му поява се свързва с началото на индустриалната революция от XIX век. Постепенно маркетинга се превръща в основна движеща сила в световната икономика и важен фактор във всички аспекти на обществото. Той има своя философия, която съсредоточава усилията на компанията върху нуждите и желанията на клиента като средство за постигане на печалба и растеж. Въпреки че маркетинговото мислене продължава да се развива,



отразявайки еволюцията в социалната, техническата и културната среда, основните идеи на "конвенционалния маркетинг" се оказват забележително резистентни към промяната (Peattie & Belz, 2010). Появяват се много нови "постмодерни" идеи за маркетинг, за да се справят с недостатъците на традиционния маркетинг. Vadot et al.(2006) идентифицира седемдесет различни генерични форми на "нов" маркетинг(Belz & Peattie, 2012). Маркетинговата концепция е изминала дълъг път и е претърпяла много промени, но основната част от мисленето на "модерния маркетинг" до голяма степен остава в сила до края на 70-те години на миналия век(Peattie & Belz, 2010). Проблемите на околната среда и социалните противоречия влизат във фокуса на маркетинговите специалисти през 70-те години на миналия век. През 1972 г. Котлър въвежда понятието „**социално отговорен**“ маркетинг с което разширява класическата маркетингова концепция, така започва развитието на идеите за ролята на маркетинга при решаването на важни въпроси свързани с екологичните и социални промени които настъпват (Kotler & Zaltman, 1971). В края на 70-те години за пръв път се споменава за **екологичен маркетинг** -той е ориентиран към разрешаване на проблемите на околната среда и намаляване на въздействието на вредни продукти, които имат негативно въздействие върху екосистемите. През 80-те и 90-те години екологичният маркетинг(Coddington, W. & Florian, 1993; Frause, Colehour, & Dickinson, 1994; Polonsky & Mintu-Wimsatt, 1995) има за цел да сведе до минимум екологични щети чрез насърчаване на добро-съвестното търсене от страна на потребителите като по този начин се създава възможност за постигане на устойчиво предимство. Скоро обаче екологичният маркетинг се оказва недостатъчен, за да се справи изцяло с екологичните и социалните аспекти на устойчивостта, разработени от Henion& Kinnear(1976). В края на 80-те и началото на 90-те години на 20 век се появява терминът **зелен маркетинг**. Зеленият маркетинг (Dahlstrom, 2011; Fuentes, 2015; Jones et al., 2008), се фокусира главно върху чисти технологични процеси, които водят до създаване на нови иновационни продукти, които отчитат глобалното замърсяване и отпадъците. Според Peatte (2001)

еволюцията на зеления маркетинг може да се раздели на 3 етапа: Първи етап „**Екологичен**“ зелен маркетинг, с цел разрешаване на проблемите на околната среда чрез предоставяне на решения. Вторият етап е „**природо съобразен**“ зелен маркетинг с фокус върху чистите технологии, което включва разработване на иновативни продукти, както и справяне със замърсяването и отпадъците. Третият етап е „**устойчив зелен**“ маркетинг при него важно за компаниите е да произведат природо съобразни продукти, тъй като информираността относно тези продукти се повишава, а клиентите търсят такива технологии и продукти. Всички споменати по-горе маркетингови концепции могат да се разглеждат като алтернативи на традиционната концепция за маркетинг, фокусът на тези концепции е доста тесен, понеже се съсредоточава върху отделни въпроси(Reutlinger,2012). Устойчивият маркетинг, от друга страна, се налага като **нов масов маркетинг**, защото традиционният няма какво повече да предложи и устойчивият маркетинг ще трябва да замести традиционния и да доведе до устойчиво развитие(Belz & Peattie, 2012; Emery, 2012, p. 5). Устойчивият маркетинг е подход, който се опитва да формира мост между традиционния маркетинг и устойчивостта(Belz and Peattie, 2012). Той се възприема като последната фаза на еволюционния процес на промяна от конвенционален до устойчив маркетинг(виж фиг.1).



**Фиг. 1. Развитие на маркетинга**

*Адаптирано по (Kumar et al., 2012)*

В края на 20 и началото на 21 век към устойчивия маркетинг има все по-нарастващ интерес в таблица 1 са разгледани различните концепции включени в развитието на устойчивия маркетинг както и дефиниции дадени от известни учени работили в тази област.

**Определения на различни концепции, включени  
в развитието на устойчивия маркетинг**

Концепция	Автор (и)	Дефиниция
Социален и социално отговорен маркетинг	Kotler and Zaltman (1971)	<b>Социалният маркетинг</b> е проектиране, изпълнение и контрол на програми, изчислени така, че да повлияят на приемливостта на социалните идеи, включващи съображение за планиране на продукти, ценообразуване, комуникации, разпространение и маркетингови проучвания.
	Kotler and Lee (2005)	<b>Корпоративен социален маркетинг</b> : подкрепя разработването и реализирането на кампании за промяна на поведението на хората с цел подобряване на общественото здраве, околната среда, общественото благополучие. <b>Маркетинг с кауза</b> се занимава с подпомагане на социални каузи чрез платени спонсорства на промоционални усилия. <b>Маркетинг обвързан с кауза</b> се занимава с даряване на процент от приходите за конкретна кауза въз основа на продажбите на продукти през определен период от време
	Henion and Kinneer (1976)	<b>Корпоративна филантропия</b> се занимава с извършване на директен принос към благотворителност или кауза, обикновено под формата на безвъзмездни средства или дарения. <b>Доброволен труд за общността</b> означава компанията да подкрепя свои служители или партньори, които отделят доброволно от своето време, за да подпомагат местни каузи и обществени организации. <b>Отговорни бизнес практики</b> се отнася до приемането на дискреционни бизнес практики и инвестиции, които подпомагат социалната кауза.
Екологичен	Fisk (1974)	<b>Екологичният маркетинг</b> се фокусира върху признаването на предстоящата екологична криза и желанието и способността на търговците да поемат

маркетинг		отговорността за избягване на това. Екологичният маркетинг е свързан с всички маркетингови дейности а) които са допринесли за причиняването на екологични проблеми и б) които могат да служат за отстраняване на екологичните проблеми
Зелен маркетинг	Dam and Apeldoorn (1996)	<b>Зеленият маркетинг</b> се фокусира върху пазарното привличане и законодателния стремеж за подобро, екологосъобразно корпоративно представяне.
	Fuller (1999)	<b>Устойчив маркетинг</b> е маркетингът, който произтича от концепцията за устойчиво развитие.
	Belz and Peattie (2009)	Процесът на планиране, прилагане и контролиране на разработването, ценообразуването, промотирането и дистрибуцията на продукти по начин, който задоволява следните три критерия: (1) Нуждите на клиентите да са удовлетворени (2) да са постигнати организационните цели и (3) процесът да е съвместим с екосистемите.
	Praude and Bromane, (2013)	<b>Маркетингът и устойчиво развитие</b> се определя като изграждането и поддържането на устойчиви взаимоотношения с клиентите, социалната среда и естествената среда.
	Kotler and Armstrong (2014)	<b>Устойчивият маркетинг</b> е процес на създаване, обещаване и предоставяне на ценност на потребителите с оглед удовлетворяване на техните нужди и спазване на изискванията за опазване на околната среда, без да се излагат на риск възможностите за посрещане на нуждите на бъдещите поколения.
	Marcel and Dragan (2014)	<b>Устойчивият маркетинг</b> се определя като маркетинг, отговарящ на обществените и екологичен характер, който отговаря на настоящите нужди на потребителите и бизнеса, като същевременно запазва или увеличава способността на бъдещите поколения да отговорят на техните нужди.
		<b>Устойчивият маркетинг</b> представлява все по-радикален подход за посрещане на пълните екологични разходи за производство и потребление, а оттам и за създаване на устойчиво развитие и

	<p>устойчива икономика. Философията за устойчив маркетинг трябва да бъде рамка за дейностите на всички икономически и нестопански субекти на съвременния пазар и на други заинтересовани страни като правителства и местните/ регионалните власти</p>
--	---

*Източник : Адаптирана по (Kumar, Rahman, & Kazmi, 2013).*

Фокусът на устойчивият маркетинг е постигане на устойчиво развитие и устойчива икономика. Разширена е идеята за маркетингови активности, които са насочени не просто към еколого и природосъобразно производство и маркетинг на продукти. Те са насочени към организационно поведение, в което са преплетени отговорности и ангажименти насочени към - екологична, социална и икономическа устойчивост. (Van Dam & Apeldoorn 1996). Въпреки че, някои автори (Bhaskar, 2013, p. 142; Hunt, 2011, p. 95; Peattie, 2001, p. 129) приемат екологичния, зеления и устойчивия маркетинг като синоними, има автори (Кехайова-Стойчева, Иванов, & Недев, 2013; Katrandjiev, 2016) които подчертават, че тези понятия не са синоними, но могат да бъдат просто инструмент за реализиране на устойчив маркетинг (Praude & Bromane, 2013). Ние приемаме концепцията за устойчив маркетинг като най-широка и всеобхватна, в рамките на която, в етапите на развитие на идеята за устойчиво развитие се проявяват останалите. В този смисъл се ориентираме към използване на термина „устойчив маркетинг” като най-обхватен и можем да обобщим, че устойчивият маркетинг на микро-равнище е насочен към цялостното поведение на организацията за доставяне на ценност за всички заинтересовани страни. Това поведение предполага промяна в маркетинговия модел на организациите и би довело до постигане на организационните цели, при едновременното спазване на принципите на устойчиво развитие.

Различията между устойчивия и традиционния маркетинг могат да се разглеждат в различни аспекти. Устойчивия маркетинг може да постигне цели, които традиционният маркетинг не може да постигне. В таблица 2 са разгледани основните характеристики по които се различават конвенционалния от устойчивия маркетинг.

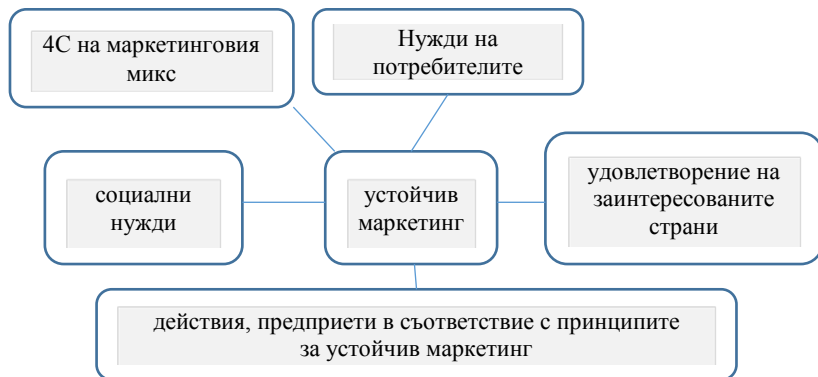
### Характеристики на традиционния и устойчивия маркетинг

	<b>Традиционен маркетинг</b>	<b>Устойчив маркетинг</b>
Цел	Оцеляване на организацията, максимизиране на печалбата, увеличаване на пазарния дял идентифициране и удовлетворяване на нуждите и желанията на клиентите по най-печеливш начин	Устойчиво развитие. Оцеляване на организацията - печалба (икономическа устойчивост) Оцеляване на околната среда (екологична устойчивост) Оцеляване на обществото (устойчивост на обществото)
Фокус	Върху икономическите желания на компанията.	Внимателно интегрира социалните и екологичните изисквания с икономическите желания
Ключови участници	Организации ориентирани към печалба, потребители	Организации ориентирани към устойчиво развитие и ориентирани към устойчивост потребители
Ползи	Занимава се с преките ползи от продуктите	Занимава се с осигуряването на дългосрочни ползи за околната среда, потребителите и всички заинтересовани страни.
Визия	Краткосрочна и средносрочна перспектива.	Дългосрочна перспектива – ефектите от устойчивия маркетинг може да се усетят и да са видни едва след години
Роля на маркетинга	Стимулира потреблението, окуражава потребителски нагласи и поведения към все по-увеличено потребление, без да се отчитат последствията от това. Маркетинговите тактики се възприемат като един от основните фактори за свръхпотреблението.	Стимулира ефикасното използване и изразходване на ресурсите – промяна на потребителските нагласи и поведения към устойчиво потребление и практики Маркетингът се разглежда като основна част от решаването на проблема със свръхпотреблението

Маркетинг микс	4П	4С
Продукти	От неспазване към спазване на правните и нормативни изисквания.	Отвъд спазването на правните и нормативни изисквания – откриване на нови възможности за производство и дизайн, много „над“ нормативните изисквания.
Производство	„вземи“ – „направи“ – „изхвърли“ – енергийно и ресурсно интензивно поведение	Ресурсна продуктивност – по-ефективно използване на природните ресурси, поради ограничеността им и поради целта за намаляване на замърсяването. „намали“ – „използвай повторно“ – рециклирай“
Замърсяване	Реактивно замърсяване и контрол на отпадъците на принципа на „последния във веригата“	Проактивно замърсяване и контрол на отпадъците с отговорност за целия ЖЦП – от необходимите ресурси за неговото производство, през производството, отпадъците за неговото производство и рециклирането му.
Верига на доставките	Насоченост към „зелени“ активности Ефективност на веригите за доставки	Насоченост към „устойчиви“ активности Устойчивост на веригите за доставки
Маркетингови комуникации	Преувеличаването на продуктите ползи и функционалности се приема от целевите пазари като нормална практика „Зеленото“ позициониране често е само поза или апел към целевите пазари, без да е подкрепено с реални действия на компанията Целта е да убеждават	Преувеличаването се приема като дезинформация и цинично отношение към клиентите Маркетинговите комуникации не целят само убеждаване, а и информиране и обучаване на клиентите в устойчиво поведение и навици Целта е да образуват

**Източник:** Адаптирано по : (Rakic & Rakic, 2015) и (Emery, 2012).

След като разгледахме разликите между конвенционалния и устойчивия маркетинг можем да обобщим елементите на устойчивия маркетинг и техните характеристики както следва (Виж фиг 2): Нужди на потребителите, удовлетворение на заинтересованите страни, предприемане на действия в съответствие с принципите за устойчив маркетинг, социални потребности и трансформация на маркетинговия микс.



**Фиг. 2. Елементи на устойчивия маркетинг**

*Източник: Адаптирано по (Smoli, 2016).*

За целта на настоящият доклад ще разгледаме трансформацията на микса, действия, предприети в съответствие с принципите на устойчив маркетинг и социалните нужди, защото според нас те в най-голяма степен показват трансформацията на конвенционалния в устойчив маркетинг. Ако фирмите се ориентират към разработване на устойчиви маркетингови стратегии те ще трябва да **предприемат действия в съответствие с принципите за устойчив маркетинг** което предполага трансформиране на инструментите на маркетинговия микс от 4Р в 4С. Belz and Peattie (2012) твърдят, че моделът на 4Р маркетингов микс трябва да се трансформира, за да отговаря по-добре на устойчивия маркетинг и устойчивото развитие. Според тях, традиционният маркетингов микс отразява гледната точка на производителя, а не на потребителя, поради което R. Lau-



терно предлага класификацията 4C- нуждите и желанията на клиента, разходи за удовлетворяване на клиента, комуникация и удобство на покупка (Smoli, 2016). Продуктът в рамките на концепцията за устойчивия маркетинг отговаря на нуждите и очакванията на потребителите, като се отчитат социалните и екологичните аспекти. Производството трябва да се осъществява по начин, който не оказва отрицателно въздействие върху околната среда, като в същото време отговаря на пазарното търсене на продукта. Такива продукти се характеризират с дълъг жизнен цикъл, което води до намаляване на отпадъците и замърсяването. Устойчивият продукт се характеризира със своята надеждност по време на употреба. Надеждното качество на продукта позволява неговата дългосрочна употреба, което от своя страна води до намаляване на търсенето (Trojanovski, 2014). Вторият елемент от устойчивия маркетингов микс са разходите за удовлетворяване на клиента- оформянето на цените от страна на производителите може да предизвика проблеми и често зависи от пазара, където се осъществява производственият процес. Включването на екологичните и социалните аспекти в производствените процеси като инвестиране в екологосъобразно производство, рециклиране и сертификати, които трябва да се получат за даден пазар може да доведе до увеличаване на разходите. Тези и други фактори могат да повлияят на цената на крайния продукт, което от своя страна може да доведе до липса на ценова конкурентоспособност. Третият компонент на устойчивия микс е удобството на покупка. Устойчивото разпространение означава доставка на продукта в точното време и място. Процесът на логистика в устойчивата концепция има за цел да намали до минимум броя на посредниците. Доставката трябва да се извършва чрез екологично чисти транспортни средства, така че въглеродният отпечатък да остане възможно най-малък. Последният елемент на устойчивия маркетингов микс е комуникацията - в контраст с рекламата, чиято цел е да информира потребителите за ползите от даден продукт, комуникацията изисква взаимодействие между купувач и продавач. При устойчивия маркетинг съдържанието на рекламата трябва да отчита и насърчава

социалната и екологичната чувствителност. С въвеждането на 4с подхода потребителите вече няма да третират маркетинга само като елемент на промоцията или опит за манипулиране. Устойчивият маркетинг функционира също като маркетинг на отношенията, той е практика за създаване на дългосрочни отношения със всички заинтересовани страни и трябва да се разглежда като свързан с него социален процес с множество морални акьори. **Социалните потребности** са последният елемент, който различава традиционния от устойчивия маркетинг. Тяхната същност е да се осигури чувство за сигурност в икономически, екологичен, физически и психологичен план. Това са колективни нужди и тяхното реализиране обикновено се извършва под формата на дългосрочни дейности. Техните резултати могат да се видят след определен период от време, а направените разходи за тях са незабавни. Нивото на удовлетворяване на социалните потребности се измерва чрез показатели, които показват например броя на бездомните, безработните или ефекта от замърсяването на околната среда върху качеството на живот на гражданите. Информация за тях може да бъде намери в НСИ в рубриката "Устойчиво развитие" която съдържа 64 показателя, групирани са в 10 теми свързани с устойчивото развитие. Структурата на системата от показатели е двустепенна, като са определени 13 ключови показателя, които отговарят на ключовите предизвикателства пред устойчивото развитие както на национално, така и на европейско ниво. ("Устойчиво развитие | Национален статистически институт," n.d.) При вземане на решение от страна на фирмата за преминаване от традиционен към устойчив маркетинг и разработване на стратегии за устойчиво развитие можем да кажем, че има необходимата информационна обезпеченост по въпросите за устойчивото развитие в НСИ.

**В обобщение** можем да кажем, че климатичните промени през последните няколко десетилетия доведоха до трансформация във възприятията и увеличаване на чувствителността на потребителите към социални, екологични и етични въпроси в дейността на предприятията. Сред основните причини, които предизвикаха предприятията да променят маркетинговите си стратегии могат да

се посочат следните фактори: *потребителски натиск, конкуренция, влошаването на екосистемите и законодателството* (Smoli, 2016). Растящото значение на изменение на маркетинговите стратегии към устойчиви, което е следствие от глобалната промяна доведе до възникването на концепцията за устойчив маркетинг. След обзора на литературата по темата можем да кажем, че няма официална дефиниция за устойчив маркетинг, а авторите тълкуват понятието по различен начин. Крайната цел на устойчивия маркетинг е систематично включване на устойчивостта в рамките на фирмената стратегия по цялата верига на доставките от създаването на продукта до неговото потребление. Компаниите трябва да пренасочат потребностите на потребителите към екологично безопасни продукти, да насърчава повторното потребление чрез рециклиране, да преориентира своя маркетингов микс за да разработят екологично безопасни продукти и да се реорганизират за да постигнат тези цели. Потребителите и бизнес клиентите са все по-загрижени за околната среда и променят потребителското си поведение. Това означава, че има растящ пазар за устойчиви продукти и услуги. Предизвикателство пред компаниите решили да прилагат устойчив маркетинг е че трябва да гарантират, че дейностите им не са подвеждащи за потребителите и не нарушават разпоредби или закони по отношение на екологичния маркетинг. Устойчивите маркетингови практики са скъпи и трудни за изпълнение в краткосрочен план, но ако организацията се ориентира към прилагане на устойчив маркетинг, то чрез него тя може да проникне в нови пазари, да спечели нови клиенти, да намали направените разходи, да увеличи пазарната си репутация, да намали риска от провал, да намери ангажирани служители и следователно да достигне по-висока позиция на пазара. Проблемите, свързани с устойчивостта и устойчивото развитие, ще станат по-скоро задължение в бъдеще, придружено от факта, че заинтересованите страни все повече оказват влияние върху организациите да приемат устойчивостта в своите маркетингови стратегии, смятаме че за организациите е необходимо да прилагат устойчив маркетинг за да оцелеят, но и устойчивият маркетинг не трябва да се възприема

като вид „магическа пръчка“ която се очаква да предложи окончателно решение на настоящите проблеми с неустойчивостта.

### Използвана литература

1. Кехайова-Стойчева, М., Иванов, С., & Недев, Й. (2013). Устойчиви маркетингови активности в “зеления кръг.” Управление И Устойчиво Развитие, 38(15), 105.
2. Устойчиво развитие | Национален статистически институт. (n.d.). Retrieved November 5, 2017, from <http://www.nsi.bg/bg/content/5301/устойчиво-развитие>
3. Belz, F.-M., & Peattie, K. (2012). Sustainability Marketing: A Global Perspective, 2nd Edition (A Global P). New York: John Wiley & Sons Inc.
4. Bhaskar, H. L. (2013). Green Marketing: A Tool for Sustainable Development. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2739324>
5. Coddington, W., & Florian, P. (1993). Environmental Marketing: Positive Strategies for Reaching the Green Consumer.
6. Cova, B., Badot, O., & Bucci, A. (2006). Beyond Marketing: In Praise of Societing. [visionarymarketing](http://visionarymarketing.com). Retrieved from <http://visionarymarketing.com>
7. Dahlstrom, R. (2011). Green Marketing Management. Stamford: South- Western Cengage Learning.
8. Emas, R. (2015). The Concept of Sustainable Development: Definition and Defining Principles. Brief for GSDR, 1–3. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2014.01.019>
9. Emery, B. (2012). Sustainable marketing. Pearson.
10. Frause, B., Colehour, J., & Dickinson, L. (1994). The environmental marketing imperative: strategies for transforming environmental commitment into a competitive advantage. Chicago ; Cambridge [England]: Probus Pub. Co.,.
11. Fuentes, C. (2015). How green marketing works: Practices, materialities, and images. Scandinavian Journal of Management, 31(2), 192–205. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2014.11.004>
12. Gupta, A. D. (2012). Corporate social responsibility and

strategy: A bird's eye view. *Global Business Review*, 13(1), 153–165. <https://doi.org/10.1177/097215091101300110>

13. Henion, K. E. ., & Kinnear, T. C. . (1976). *Ecological Marketing*.

14. Hunt, S. D. (2011). Sustainable marketing, equity, and economic growth: A resource-advantage, economic freedom approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 7–20. <https://doi.org/10.1007/s11747-010-0196-3>

15. Jones, P., Clarke-Hill, C., Comfort, D., & Hillier, D. (2008). Marketing and sustainability. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(2), 123–130. <https://doi.org/10.1108/02634500810860584>

16. Katrandjiev, H. (2016). Ecological Marketing, Green Marketing, Sustainable Marketing: Synonyms or an Evolution of Ideas? *Economic Alternatives*, 1(7), 71–82.

17. Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3. <https://doi.org/10.2307/1249783>

18. Kumar, V., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2013). Sustainability Marketing Strategy: An Analysis of Recent Literature. *Global Business Review*, 14(4), 601–625. <https://doi.org/10.1177/0972150913501598>

19. Kumar, V., Rahman, Z., Kazmi, A. A., & Goyal, P. (2012). Evolution of Sustainability as Marketing Strategy: Beginning of New Era. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 37, 482–489. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.313>

20. Peattie, K. (2001). Towards Sustainability: The third age of Green marketing. *The Marketing Review*, 129–146. Retrieved from [https://gul.gu.se/public/pp/public\\_courses/course73967/published/1482337052732/resourceId/34784206/content/UploadedResources/peattie2001.pdf](https://gul.gu.se/public/pp/public_courses/course73967/published/1482337052732/resourceId/34784206/content/UploadedResources/peattie2001.pdf)

21. Peattie, K., & Belz, F.-M. (2010). Sustainability marketing — An innovative conception of marketing. *Marketing Review St. Gallen*, 27(5), 8–15. <https://doi.org/10.1007/s11621-010-0085-7>

22. Polonsky, M. J., & Mintu-Wimsatt, A. T. (1995). *Environmental marketing: strategies, practice, theory, and research*. New York: Haworth Press,.

23. Praude, V., & Bromane, S. (2013). SUSTAINABLE MARKETING - PROSPECTS AND CHALLENGES UNDER PRESENT ECONOMY.: Business Source. Regional Formation and Development Studies, (11), 165–176.
24. Rakic, B., & Rakic, M. (2015). HOLISTIC MANAGEMENT OF MARKETING SUSTAINABILITY IN THE PROCESS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT, 14(4), 887–900.
25. Reutlinger, J. (2012). Sustainable Marketing: The Importance of Being a Sustainable Business. Lahti University of Applied Sciences.
26. Smoli, I. (2016). SUSTAINABLE MARKETING IN AN ENTERPRISE. Journal of Quality and Environmental Studies, 2(1), 5–14.
27. Trojanovski, T. (2014). Culture of Marketing Actions of a Company in the Area of Sustainable Marketing Mix. Journal of Intercultural Management, 6(4), 67–74. <https://doi.org/10.2478/joim-2014-0057>
28. Van Dam, Y. K., & Apeldoorn, P. a. C. (1996). Sustainable Marketing. Journal of Macromarketing. <https://doi.org/10.1177/027614679601600204>

# БРАНДИНГЪТ В ПОДКРЕПА НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ТЕРИТОРИЯТА

*Дора Кабакчиева*

## BRANDING IN SUPPORT OF THE STABLE DEVELOPMENT OF THE REGION

*Dora Kabakchieva*

### Abstract

The text considers branding in the discourse of the regional sociospatial identification and development of regions as a problem. The specificity of creating a territory brand and the key characteristics of the phenomenon is discussed. A conclusion is made that that branding supports the creation of the conditions necessary for revealing the potential of the regional development by providing for economically, politically and above all social effects. The necessity of institutionalizing that complex and multi-factor process as an important prerequisite for its successful government is highlighted.

*Key words: brand, territory brand, branding, regional branding, communication management.*

Проблематизирането на брандинга в дискурса на регионалната социално-пространствена идентификация и развитието на регионите в последно време привлича интереса не само на изследователите и PR-експертите, но все повече (и по-целенасочено и осъзнато) и на висшите мениджъри, на политиците, на муниципалните власти, на представителите на регионалните общности и пр. заинтересовани групи. Това извежда на преден план необходимостта от конкретизиране на понятията и определяне на ключовите характеристики на явлението.

Концепцията за брандинг на територията (регион, град, държава) се корени в маркетинговото понятие „бренд”, претърпяло дълбока и широко разгърната еволюция във времето – от дефиниции, фокусирани върху визуалните свойства на марката да

обединява и презентира отличителност, към по-дълбоката идея за многофункционален концепт на ценности с визуално, емоционално и семантично въздействие и възприятие. Брандът е активен компонент от инструментариума на съвременния комуникационен мениджмънт и на корпоративно, и на териториално ниво, но въпреки това не съществува единна дефиниция за това понятие – формулировките зависят от системното му развитие и от позицията, от която се разглежда. В професионалната литература редом с „бренд” се използва и терминът „търговска марка” („търговски знак”). За да бъде интерпретирано всяко едно от обозначенията в правилен контекст, е важно да се уточнят базовите отличия и основните им функции.

Думата „бренд” на английски означава както „търговска марка”, така и „клеймо”, „дамга”. Първоначално се използва от скотовъдците за идентифициране на собствеността им върху добитъка. По-късно производителите усвояват бранда като начин да заявят и демонстрират качеството на своите продукти. Основната му функция в значителна степен си остава същата – оразличаването, разпознаването. Целта е купувачите да знаят кой е производителят – т.е. кой носи отговорността за дадената стока или услуга, кого да похвалят и да потърсят отново или никога повече да не се обърнат към него. Американската асоциация по маркетинг извежда понятието от гледна точка на бизнеса: „Брандът е название, дума (подпис) или израз, обозначение (знак), проект (идея, дизайнерско решение) или тяхната комбинация, предназначена да идентифицира стоката или услугата на конкретен комуникатор (търговец или група търговци, отделна личност или организация) и да я диференцира от тази на конкурентите.” Почти същият текст стои и в българския Закон за марките и географските означения (чл. 9, ал. 1): „Марката е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица и може да бъде представен графично. Такива знаци могат да бъдат думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, комбинация от цветове, звукови знаци или всякакви комбинации от такива знаци.“



Разчетени по този начин, се оказва, че двете дефиниции слагат знак за тъждественост между различни понятия. Затова е уместно да се подчертае, че „търговска марка” и „бренд” не са синоними и не са равнозначни. В бизнес практиката търговската марка е правен термин и включва единствено думите, символите или знаците, регистрирани по цитирания закон, като само една компания има право да ги използва в посочения вид, за да „бележи” своите продукти.

Брандът е по-общото и всеобхватното понятие от двете. Търговската марка е най-видимата и важна част от бранда, но е само един от многото му съставни елементи. Тя е съвкупност от определени свойства, асоциации и образи, които позволяват диференциране на даден продукт от подобни, конкурентни на пазара. Създаването на търговската марка стои в основата на процеса по формиране, налагане и развитие на бранда. Това е стартовата точка за всички останали действия. Започва с раждането на уникални название, дизайн, стил и пр. От този момент нататък продуктът – досега стандартен и без отличителни характеристики от останалите – придобива собствен знак (образ) и започва да работи за своята репутация.

Затова и тълкуването на думата „бренд” изначално трудно се отличава от дефинирането на търговската марка. Съществува обаче една съществена специфичност – присъщите индивидуални свойства и образи на бранда не просто разграничават даден „продукт” от друг, а го превръщат в неповторим, разпознаваем, натоварват го с определена популярност сред целевите аудитории. Т.е. брандът е известна търговска марка, завоювала доверието, вниманието и привързаността на потребителите и затова ползваща се с търсене и лоялност. Търговската марка се превръща в бранд чрез специфични комуникации тогава, когато заинтересованите страни я разпознават (в реклама, в магазин, в приятел), помнят я и имат изградено отношение към нея. Брандът се проектира в пресечната зона между опосредстваните впечатления, натрупани у потребителите в резултат на различни комуникации и личния им опит в неговото използване. Силният бранд укрепва репутацията на

своя притежател. Нещо повече – той е висша проява на добрата репутация, защитена през годините и превърната в запазена марка.

Според експертите брандът днес е петият бизнес ресурс. Останалите четири са човешките ресурси, стоките, парите и информацията. Заедно с разграничаването от конкурентите на пазара, силният бранд създава потребителски предпочитания и гради лоялност – т.е. освен собствено, специфично значение на продуктите, той им придава и допълнителна стойност.

В съвременната си трактовка брандът включва всичко, което мислят и чувстват заинтересованите страни по отношение на даден продукт, продуктова линия или услуга (дори без пряко отношение към реално или желано потребление) и се свързва със създаването на доверие и сигурност. При дефинирането на понятието от гледна точка на клиентите, акцентът се поставя върху ползите и изгодите, които те очакват в зависимост от потребителския си опит и начина си на живот – доставка, сервизни услуги, фирмено обслужване, рециклиране на материалите, но също така и фиксиране на социален статус, демонстриране на професионални успехи, материално положение, престиж и пр. Според определението на Ал и Лаура Рийс брандът е „уникалната идея или концепция за даден продукт, която е внедрена в главата на потребителя”. (Рийс, 2000) Стефан Серезлиев го означава като „система от значения, които консуматорите интегрират в тяхното лично пространство, за да удовлетворят важни необходиминости”. (Серезлиев, 2010:5)

Безспорно е, че брандът притежава определени смисли и символи, които прехвърля върху продукта и така му вдъхва допълнително значение. Марсел Данеси го пояснява като знак в съвременната потребителска култура, натоварен с две основни функции:

- денотативна (означаваща), която посочва буквалното значение и идентифицира даден обект;
- конотативна (даваща допълнително значение, загатваща, подсказваща, събуждаща чувства и отношения), която поражда асоциации и емоции към обекта и го изпълва с допълнителни (социални и културни) смисли. Тази функция е тясно свързана с

опита на човека и със средата му. (Данеси, 2006)

Осъзнат по този начин, брандът без колебание може да бъде придаден на всичко, което е комерсиален продукт – различни стоки и услуги, територии (държави, градове, райони), дестинации, дори личности (от шоу-звезди до политици).

За първи път, в средата на 50-те години на XX век, основоположникът на съвременната реклама Дейвид Огилви предлага идеята да се популяризира една територия като бранд и това допринася множество ползи на страни, градове и райони, търсещи своето място в глобалната общност. С помощта на брандовете си те управляват своето представяне и популяризиране пред заинтересованите групи, показват се в най-добрата си светлина – уникални, значими, разбираеми и познати за останалата част от света. В такъв контекст категорията „бранд” придобива значението на социално културен елемент, а брандът на територията се превръща в основен капитал, който налага стратегически подход за разгръщане на конкурентните преимущества за региона и се превръща в индикатор за успешното му развитие.

Необходимо е още едно уточнение по повод понятийния апарат по темата. Различават се понятията „регионален бранд” (прилага се по отношение на продуктови и фирмени брандове за определяне на предмета им на дейност, целевата аудитория и търговския интерес) и „бранд на региона/територията” (отнася се към инструментариума на стратегията за развитие на територията).

Брандът на региона/територията е относително ново направление в научните изследвания, въпреки че съществуват достатъчно количество теории и концепции за неговото формиране и управление, за да е възможно да се направят опити за извеждане на някои класификации и да се анализират по-значимите от тях.

За разлика от корпоративното брендиране, брандингът на територията е неизмеримо по-сложен процес и задължително изисква институционализиране в широк политически, социален, граждански, икономически и комуникационен мащаб, което е задължителна предпоставка на успешното му управление. В специализираната литература, посветена на проблемите на

териториалния брандинг, акцентите се поставят върху икономическата значимост на този процес и се демонстрират конкурентните преимущества, които той осигурява за територията, изграждайки уникален бранд. Изследователите разглеждат бранда на територията като един от факторите за увеличаване на доходите на населението, като ресурс за попълване на бюджета на муниципалните образувания и като условие за устойчиво социално-икономическо развитие на регионите. В същото време брандингът не само способства за нарастването на икономическите ресурси, но и полага удобно и предразполагащо територията в политическия дискурс и политическото пространство. Това означава, че брандовете на регионите се използват не само с цел привличане на туристи и инвеститори – ролята им в настоящия момент съществено се разширява.

Правилното разбиране за бранда на територията (в отлика от бранда на материалния продукт) е осмислянето му като развиващ фактор, който обезпечава не само икономически, но и политически и преди всичко социални ефекти: привличане на инвестиции и туристи, укрепване на интеграционните процеси, консолидация на интересите и усилията на населението и управлението на региона, информиране на обществото за постиженията и успехите на този регион и пр.

Независимо от нарастващата популярност на термина „териториален брандинг“, общоприетото му дефиниране остава предмет на спорове и дискусии. Понятието е многофакторно, което налага необходимостта от систематизацията му. Теоретическите и практическите аспекти на създаването на бранд на територията са изследвани от редица учени. Маркетингът на територията е коментиран в трудовете на Филип Котлър, К. Асплунд, И. Рейна, Д. Хайдер и др., представящи своите концепции, според които в съвременния свят хората се превръщат в потребители, а териториите (градове, райони, държави) – в комерсиални стоки. Приоритетно е значението на разработките на Саймън Анхолт, един от най-известните и влиятелни специалисти в областта на брандинга на територията и създател на термина „национален брандинг“.

Анхолт отхвърля идеята да се прави брандинг на територия (държава, град или регион) по същия начин, както при комерсиалните организации и техните продукти. Според автора това е недопустимо, тъй като държавите и градовете не са стоки продукти за продажба и, ако това не се вземе под внимание, комуникационните кампании се превръщат в пропаганда. „Измислят се твърде повърхностни маркетингови трикове, някои от които дори цинични, а други – предателски спрямо националната държава или други човешки общности ... това е израз на неразбиране относно спецификата на брандинга, прилаган към субекти, които са същностно различни от обичайните търговски продукти.” (Цит. по Кършакова, 2012:53)

В интерпретацията на Анхолт брандът е перфектната метафора за начина, по който местата се състезават помежду си на глобалния пазар на продукти, услуги, събития, идеи, посетители, таланти, инвестиции и влияние. От 2005 г. изследователят е редактор и основател на няколко класации, между които са индексите на националните брандове (Nation Brand Index — NBI) и на градовете (City Brand Index - CBI). В тяхната методологията той използва т. нар. „модел на шестоъгълника”, в който извежда шест основни фактора, структуриращи бранда и определящи възприемането на конкретната територия (държава): качество на експортните стоки и експортните брандове, държавно управление – външна и вътрешна политика, култура и културно наследство, човешки капитал, туризъм, инвестиции и имиграция.

**В хода на проекта NBI-2015** например са анкетирани повече от 25 хиляди души (от 20 големи развити и развиващи се региони), които отговарят на въпроси за 50 държави от Западна, Централна и Източна Европа, Северна и Латинска Америка, Средния Изток и Африка. Изборът на страни е необичаен – заедно с крупни държави като САЩ, Русия, Индия, Бразилия, Китай и дори държавата-континент Австралия, в класацията присъстват и неголеми страни като Катар, Еквадор, Пуерто Рико и дори недържавни образувания като Шотландия. Въпросите са групирани в **посочените вече шест направления:**

1. **Експорт** – определя се репутацията на продуктите, произведени в страните, участнички в рейтинга, а също и степента на интереса, с който потребителите ги търсят активно, предпочитат или – напротив, избягват ги.

2. **Държавно управление** – изучава се общественото мнение и индивидуалните представи на гражданите за компетентността и добросъвестността на правителствата в посочените страни, анализират се преценките за глобални въпроси като демокрация, правосъдие, социална политика, бедност, сигурност, защита на околната среда.

3. **Култура и културно наследство** – оценяват се възприятията за културата и историята на всяка страна, в т.ч. и за съвременното кино, музика, живопис, спорт и литература.

4. **Хора** – измерва се репутацията на населението в такива области като образование, степен на откритост, търпимост, толерантност, гостоприемство и др.п.

5. **Туризъм** – преценява се степента на интерес към посещение на страната, привлекателност, забележителности, организация на туризма и пр.

6. **Инвестиции и имиграция** – определя се нивото на стандарт и качество на живот, условията за работа, обучение или бизнес, демонстрират се представите за икономическата и социалната ситуация.

Окончателната позиция на участниците в съответния рейтинг зависи от комплексната оценка, получена от резултатите във всичките шест направления. **(Табл. 1.)** Разбира се, смисълът от подобни класации не бива да се преекспонира, но така или иначе те са показателни за тенденциите и процесите.

**Nation Brand Index (NBI) на Саймън Анхолт за 2014 г. и 2015 г.  
(първите 10 страни)**

2015 г.	Страна	2014 г.
1	САЩ	2
2	Германия	1
3	Великобритания	3
4	Франция	4
5	Канада	5
6	Япония	6
7	Италия	7
8	Швейцария	8
9	Австралия	9
10	Швеция	10

Държавите в разбирането на Анхолт е необходимо да бъдат ангажирани с останалия свят по ясен, координиран и комуникативен начин. За тях е важно да са адаптивни и динамични, но активността им осигурява успех на бранда, само ако е структурирана и институционализирана. Това изисква установяване на устойчива и действена коалиция между политическа власт, бизнес и гражданско общество за постигане и поддържане в дългосрочен план на хармонизирани цели, комуникации и поведение. Като анализира концепцията на Анхолт за бранда на територията, Рада Кършакова подчертава: „Брандът има цел и тази цел е критично важна за неговия успех. Той кодира послание за обединяване на групи от хора около обща стратегия или стратегическа визия в качеството на мощен двигател на прогрес. В този смисъл управлението на бранда следва да се разглежда преди всичко като вътрешен проект на общността.” (Кършакова, 2012:56)

Ако в Европа и Щатите брандингът на територията е започнал своето съществуване като практическа дейност около 70-те години на XX век, то в България активният интерес към тази практика и технология се появява едва през последните години. Това е обусловено от повишената самостоятелност и отговорност на

регионалните власти за социално-икономическото развитие на териториите, което на свой ред засилва конкуренцията между тях на вътрешните и външните пазари. В началото на XXI в. регионите у нас се превръщат в предмет на изследователски интерес като географски, административни, културно-исторически, етнокултурни единици. Обезпечаването на тяхното балансирано социално-икономическо развитие (като един от целевите ориентири за развитие на държавата) изисква синхронизиране на следните направления в регионалната политика:

- стимулиране на икономическото развитие по пътя на създаване на нови центрове на икономически растеж на базата на конкурентни преимущества;
- координация на инфраструктурните инвестиции и инвестиционните стратегии;
- разширяване на пазара на регионалната стокова продукция.

Синхронизацията на тези три направления може да бъде постигната с помощта на териториалния брандинг. Той играе важна роля в устойчивото развитие на регионите и е сред първостепенните им атрибути в поддържане на висока конкурентоспособност (в т.ч. прокарване на регионални интереси, поддържане на инвестиционен туристически климат, привличане на ресурси за развитие на регионалната икономика и др.). За съжаление у нас териториалният брандинг е все още недооценен и пренебрегнат като възможност и подкрепа за развитие, въпреки че днес на всяка територия се налага да се състезава с друга територия – за икономически пазари, за инвестиции, за способни и квалифицирани хора, за внимание, за отношение, за клиенти, за туристи и т.н. Успешният бранд подпомага осезаемо напредъка на икономиката, културата и туристическата инфраструктура на региона. Той оказва непосредствено влияние върху:

- повишаването на разпознаваемостта;
- формирането на потребителската представа за уникалност на региона;
- обезпечаването на устойчива позитивна репутация;
- преодоляването на ресурсните дефицити;



- привличането на туристи;
- подобряването на инвестиционната привлекателност;
- нарастването на стопанския потенциал;
- транслацията на регионалните постижения и инициативи.
- участието в международни организации и др.

За да е конкурентоспособен един регион, е необходимо да бъде известен с нещо, да има отличителен знак – неговите достойнства, население, култура, продукти, климат, пейзажи или специфични комбинации от аналогични характеристики. Подобно на стоките за масово потребление, териториите също притежават свойствени характеристики (историческо-културни, религиозни, промишлени, туристически, етнографски и пр.). Брандът работи именно с тези особености, оценява силните и слабите им страни, привлекателните им белези, акцентира и развива уникалните свойства и активи, за да презентира територията като забележителна, самобитна и привлекателна.

Брандът на региона е съвкупност от непреходните ценности, отразяващи своеобразието, неповторимите оригинални белези на дадената територия, които са широко известни, получили са обществено признание и се радват на стабилно търсене от страна на потребителите. Брандът се формира като следствие от подчертана позитивна репутация, основана на уникална териториална индивидуалност, и ангажира потребителското съзнание на рационално и/или емоционално ниво. Подобно на имиджа той е планиран образ, изграден чрез комуникация. Създава се по поръчение на съответната институция, управляваща територията, и може да бъде моделиран, коригиран или коренно променен в зависимост от изискванията на поръчителя.

Брандът на територията е:

- уникален емоционално-позитивен образ, обусловен от придобилите широка популярност природни, исторически, производствени, социално-културни и др. особености на територията;
- обещание към потребителите за придобиване на определени ползи и преимущества;
- гаранция за качествено удовлетворяване на търсенето;

- комплекс от позитивни асоциации, провокиращи към потребление и повишаващи субективното ниво на ценностите на територията;

- важен конкурентоспособен фактор и ценен стратегически актив на икономиката на територията;

- субективна добавена стойност за целевия потребител.

Брандът има съществено значение и взаимодейства с редица други процеси, съпътстващи съществуването на всяка територия – социални, икономически, културни и пр., поради това формирането и развитието му са постижими и резултатни единствено, ако се извършват паралелно и в съответствие с цялостна репутационна стратегия. Затова и представянето на територията е преди всичко репутационна задача. Грамотното ѝ планиране, правилните акценти и пълното използване на възможностите е въпрос на управленско разбиране и квалифицирани умения.

На практика презентирането на една територия се осъществява като обща (свободна, интуитивна, непреднамерена) или като специфична (професионално обмислена) цел:

- общата активност обикновено е насочена към разпространение на всеобхватна позитивна информация, която достига по различни (неконтролирани) канали до заинтересованите групи. Трудно е да се определи ефектът от подобна дейност, поради нейната аморфност и размитост. Въпреки това точно този род активност доминира в българската действителност – издават се и се разпространяват безразборно многотематични рекламни брошури, дипляни, каталози на различни територии, стартират се всякакви интернет страници, електронни справочници и пр.;

- професионалните действия са фокусирани и целенасочени, изследванията са задълбочени и определящи, информацията и комуникационните канали са контролирани. Колкото по-точно е определена задачата, толкова по-ефективна е съответната програма, защото позволява да бъдат идентифицирани целевите групи (туристи, инвеститори, заселници и т.н.), техните потребности, да се обезпечи необходимата им информация, да бъдат убедени в решенията си.

Брандът на територията акумулира интересите на заинтересованите страни – местно население, инвеститори, бизнес, власт – но няма пряка комерсиална цел, въпреки че чрез икономическата си функция формира предпоставки за създаване на добавена стойност, а чрез социалната – повишава мотивацията на жителите, ръста на благосъстоянието и на благополучието им.

За разлика от редица управленски технологии, концепцията на териториалния брандинг не е продукт на фундаментални или научно-приложни изследвания. Тя възниква на основата на бързо натрупващото се количество практики на конкретни територии. Всеки регион, по силата на своята индивидуалност, притежава собствена стратегия за развитие, която отчита силните му страни. В недалечното минало регионите акцентуват върху разширяване на промишлената база за постигане на напредък и разрастване, а днес промишлеността в отделни случаи може и да попречи на динамично променящите се и богати градове например и да навреди на тяхната репутация. Производственият сектор отстъпва място на такива направления като управление на финансите, приложни науки, информационни технологии, консултинг и др.п. Развиват се т.нар. „икономика на впечатленията“, на преживяванията, „икономика на събитията“ и се превръщат във важни направления в инвестиционната политика на много градове. Освен пряката икономическа изгода, организирането на ярки специални събития (празници, фестивали, карнавали, маратони, тържества, чествания) е декларация за просперитет и разцвет на територията. Новите тенденции обезпечават по-високи доходи на хората от региона и по-високи приходи в бюджета, съсредоточават интерес, изграждат отношение и насърчават към сътрудничество и взаимодействие.

Промяната в парадигмите за развитие на регионите загърбва старите модели, които не отговарят на съвременните потребности, наложени от процесите на глобализация, капитализация, интернетизация на населението, на ръста на неговата мобилност и активност. Регионите се превръщат в субекти на социално-икономическите отношения. Те вече са средоточие на нематериални активи, сред които брандът и репутацията са първостепенни акценти.

Създаването и управлението на бранда на една територия днес е гаранция за нейната успешност, за благополучието и разцвѣта ѝ. За органите на местните и муниципални власти е ултимативно необходимо да отчитат всичко това при изготвяне на своите програми и планиране на политиките си.

### **Използвана литература**

1. Кършакова, Р. Брандиране и други подходи в подкрепа на националната идентичност – В: Научни трудове на Русенския университет – 2012, том 51, серия 5.2, 52-60, Русе, 2012.

2. Рийс А., Л. Рийс, 22 неизменни закона на брендинга. Как да превърнем един продукт или услуга в търговска марка, София: Класика и стил, 2000.

3. Серезлиев, С. Политическият брендинг с рекламен акцент? – В: Медии и обществени комуникации, бр.5, 2010. [www.media-journal.info](http://www.media-journal.info)

4. Danesi M. Brands. London: Routledge, 2006.

*Публикацията се реализира по проект „Комуникациите като фактор за развитие на туризма“ № РД-08-92/03.02.2017 г. към катедра „География, регионално развитие и туризъм“ на Шуменския университет „Епископ Константин Преславски“.*

# СМИСЪЛ И ТЪЛКУВАНЕ НА ПОНЯТИЕТО „УСТОЙЧИВ БРАНД“

*Боряна Грънчарова-Сербезова*

## MEANING AND INTERPRETATION OF THE NOTION “SUSTAINABLE BRAND”

*Boryana Grancharova-Serbezova*

### Abstract

The present theoretical research focuses mainly on the “sustainable brand” notion. This term has a specific meaning and it combines different visions and interpretations depending on the context it has been mentioned in. The paper conveys the conclusion that the “sustainable brand” can be an intersection point of different semantic positions, encompassed in the main aspects both of the marketing concept for brand and the Sustainability concept.

*Key words:* *sustainability, sustainable development, brand, sustainable brand.*

### Въведение

Устойчивостта е понятие, което, в последните години все по-често се използва по различни поводи и в различен контекст. В резултат на доклада “Брандленд“ /1987 г./, точно преди 30 години, ООН, чрез своята Световна комисия за околна среда и развитие определи целите на устойчивото развитие: опазване на природата и околната среда; преодоляване на бедността; политическа подкрепа на правителствата за „зелена“ икономика и „зелена“ енергия; безопасност на храните; грижа за океаните, градовете, климатичните промени, горите; ограничаване на въглеродните емисии; грижа за биосферата и екосистемите; грижа при използване на химикали и съхраняване на опасен боклук; предпазване на почвата от деградация; осигуряване на обучение за населението; създаване на работни места; осигуряване на достойна работа и социална защита, гъвкаво финансиране и здравеопазване. В съответствие с девиза “Да

преобразим нашия свят до 2030 г.“ на форума“UN Summit“ през 2015 г. ООН формулира 17 цели за устойчиво развитие на света в трите направления – икономическо, социално и опазване на природата и околната среда.

Специалистите- теоретици и практики, влагат в устойчивостта различен смисъл. В резултат същността на понятието се третира от позиция на едни или други аспекти и измерения. То придобива различно “звучене“. В съответствие с този факт паралелно започват да се използват и понятията “бранд на устойчивостта“(Sustainability Brand) и „устойчив бранд“(Sustainable Brand).

В съвременната пазарна среда, всяка компания/организация се стреми към устойчивост на своята дейност. За целта предприема редица стъпки от определянето на основната мисия, визия и цели през разработването и предлагането на конкурентна продуктова гама до взаимоотношенията с различните пазарни и непазарни субекти, комуникационна политика и цялостно поведение.

Предвид съществуващите “смущения“ относно използването на понятията “бранд на устойчивостта“ и “устойчив бранд“ целта на настоящия доклад е да се изследват смисъла и употребата на понятието „устойчив бранд“.<sup>1</sup>

Изследването се базира на индуктивния и дедуктивния методи, на теоретичен и сравнителен анализ и синтез.

### **Същност и смисъл на понятието“устойчивост“**

Устойчивостта в широк смисъл се определя като естествена характеристика на нещата и явленията. /Велковска М., 2014, стр. 83/ Тя е тяхната способност да противостоят на определени промени в посоката и силата на въздействие на външни сили и да се връщат към състояние на равновесие след затихване на въздействието. От тази гледна точка устойчивостта се възприема като синоним на здравина, твърдост, непоклатимост, непоколебимост, издържливост

---

<sup>1</sup> Понятието“ бранд на устойчивостта“ /на устойчивото развитие/ се свързва тясно с маркетинг на устойчивостта /маркетинг на устойчивото развитие/и не е обект на разглеждане в настоящия доклад.

и жизнеспособност. /technik.info /устойчив/.

От гледна точка на концепцията за устойчиво развитие, устойчивостта като понятие придобива по-ясен, по-точен и конкретизиран смисъл. Тя вече означава способността на една система, включваща човека и всичко, което го заобикаля, с което си взаимодейства и върху което той оказва въздействие, да се самовъзпроизвежда, саморазвива и обновява непрекъснато, така че да успява да запази равновестното си състояние в оптимални граници за всеки един от съставните ѝ елементи. Устойчивостта от тази гледна точка обединява три измерения, които се допълват и са взаимозависими. Това означава, че за постигането на оптимални равнища на устойчивост е добре тези измерения да се разглеждат и развиват паралелно. /Велковска М., 2014, стр. 85/ екологично, икономическо и социално, които се допълват и е добре да се разглеждат и развиват паралелно/30/ за постигането оптимално равнище на устойчивост.

Екологичната устойчивост пряко се свързва с опазването на природната и околната среда като израз на стратегическа грижа за бъдните поколения. /пак там стр. 86/ Това е важен фактор за оцеляването и на цялата система.

Икономическата устойчивост се изразява в осигуряването на икономическа стабилност, материално и финансово благосъстояние на хората и техните общества. /пак там стр. 86//

Социалната устойчивост се отнася до решаване на проблемите свързани с правата и свободите на населението в локален и глобален мащаб, равнопоставеност на хората по отношение на достъпа до различни блага, които са в основата на формирането на едно „стабилно, жизнеспособно общество“ /пк там стр. 86/.

Прилагането на разсъжденията по-горе към всяка компания/организация предполага устойчивостта да означава способността да се постигат поставени цели като се удовлетворяват не само потребностите на потребителите в дългосрочен план, независимо от турбулентната среда, в която се функционира, а да се постига баланс и възпроизводство като се държи сметка първо за състоянието на средата. В този смисъл трябва да се разграничават

два паралелни аспекта: устойчивост по отношение на постигането на цели като повишаване на печалбата, усъвършенстване на предлаганите продукти/услуги, повишаване на пазарен дял, удовлетвореност в максимална степен на личните потребности и желания на хората и устойчивост по отношение на способността да се гарантира баланс и възможност за възпроизводство на системата “жизненоустойчива обществена система“.

### **Същност и смисъл на бранда**

Брандът представлява име, фраза, дизайн, символ или комбинация от тях, които идентифицират определени продукти/услуги и/или бизнеси с оглед ясно да ги открои от конкурентите. /Kerin R. H., 2013, р. 231/. Той трябва да означава нещо за потребителите, да има ясна позиция в тяхното съзнание. /Секстън Д., 2008, стр. 31/. По тази причина бранда се в разглежда в две основни измерения:

- ✓ Функционално - отнасящо се до фактическите ползи от съответния продукт/услуга или бизнес;

- ✓ Абстрактно - отнасящо се до образите, представите, възприятията, които си създава всеки отделен индивид. /пак там р. 232/

Според Colin Bates, „брандът е най-ценния актив в света, крайъгълен камък в ума на потребителя“ Ето защо понятието има комплексен характер и съдържа в себе си множество основни компоненти, които са:

- ✓ Словесна част на продуктовия знак;
- ✓ Визуален образ на продуктовия знак във възприятията на потребителите;

- ✓ Основното съдържание на продуктовия знак;
- ✓ Индивидуалността на продуктовия знак, определена от обобщаващата съвкупност на неговите признаци;

- ✓ Нивото на известност на продуктовия знак сред потребителите;

- ✓ Функционалните и емоционалните асоциации, които продуктовият знак провокира сред потенциалните и реалните



потребители;

- ✓ Степен на възприемане на продуктовия знак;
- ✓ Стойност на неговите показатели. /Абдулаева С., 2013, стр.

21/.

Брандът се възприема като широко известен продуктов знак, които се радва на дългосрочни потребителски предпочитания /покупки/ сред конкуриращи се продукти. /пак там стр. 21/. Той е не само уникален и привлекателен образ на обекта на покупка и потребление, а цялостен образ, който обхваща всички нюанси на потвърждение на съответствието между избрания продукт/услуга и ценностната система на потребителя. /Атаева А., 2013, стр. 34/. Същевременно за маркетолозите, висшия мениджмънт и служителите в съответната компания брандът представлява набор от ценности, които те следват и комуникират в продължителен период от време. /Горанова П., 2014, стр. 133/. В допълнение, брандът не е просто израз на идентичност или управление на репутацията. Той съдържа в себе си всичко за бизнес-стратегията – от това защо компанията/организацията съществува към това, което тя продава и решаващо, връзката, която тя има с нейните потребители. /Melnyk J., 2013/. Съществува и виждане, че на бранда се гледа като на възможност, която “носи икономическа изгода и печалба, привличайки лоялни клиенти, намалявайки риска и увеличавайки инвестиционната привлекателност. /Димова Н., 2013, стр. 180/.

Определянето на бранда единствено като име, знак, символ, конкретно дизайнерско решение или комбинация от посочените елементи е вярно, но не обхваща изцяло смисъла, който се влага в това понятие. Изхождайки от посочените теоретични позиции и мнения можем да обобщим, че брандът съчетава в себе си множество елементи, в които намират отражение интересите, ценностите, възприятията, асоциациите и търсените ползи на различни заинтересовани групи.

В тази връзка брандът на всяка компания/организация се явява мощен маркетингов инструмент за нейното опознаване от всички заинтересовани обществени групи и съответно за формиране на нейната известност и популярност. Най-често търсените ползи

според традиционната маркетингова концепция за бизнеса са увеличаване на приходите и печалбата, оптимизиране на разходите, придобиване на конкурентни предимства, позитивни имидж и репутация, оцеляване в дългосрочен план. Ползите за потребителите, според същата концепция са : удовлетворяване на конкретна потребност чрез предоставяне на добри функционални характеристики на продуктите/услугите; качество; оптимално съотношение между платена цена и получен ефект за индивида; изгодни условия на продажба; подобряване на личностния и на социалния статус; повишаване на самочувствието, подобряване на имидж и др.

### **Определение на същността и смисъла на понятието „устойчив бранд“**

Един бранд предполага устойчивост ако може достоверно да изразява в дългосрочен план забележими, устойчиви ползи, съотнесени към потребителите /Wikipedia, Sustainable Brand Definition/. Същевременно в понятието „устойчив бранд“ се съдържа разбирането за поддържане на идентичност на специфични продукти/услуги и/или бизнес, което отразява специална добавена стойност, в смисъл на екологична и социална ползи. /пак там/. Устойчивият бранд предполага дългосрочен успех и продължаващо конкурентно предимство. В тази връзка той отразява философии, цели, стремежи и ангажименти на всяка компания/организация в съответствие с маркетинговата концепция за бранд и концепцията за устойчивост.

В маркетингов план, устойчивият бранд предполага последователни, стабилни политики, свързани с удовлетворяване на личните потребности на индивидите и на тази основа постигане на популярност, печалба, конкурентни предимства, значителен ръст на продажбите както и дългосрочна стабилност в поведението на потребителите на една компания/организация спрямо конкурентите и маркетинговата среда, в която тя оперира. Прозират главно частните интереси.

От позиция на устойчивото развитие, устойчивият бранд отразява философията, насочена към постигане на по-общи цели чрез поемане на ангажименти от компанията/организацията да се

поддържа екологична, икономическа и социална устойчивост. На преден план се извеждат общите жизнеспособност и благополучие на системата, в която функционира компанията/организацията за да се гарантира индивидуалното настоящо и бъдещо благополучие на всеки индивид, а съответно и на самата компания/организация. Според Sustainable Brand Index Official Rapport 2017 /<https://www.systembolaget.se/>, мащабно проучване за устойчивостта на брендовете в северните европейски държави Швеция, Норвегия, Дания и Финландия, потребителите ранжират устойчивите брендове в зависимост от оценката как са спазени десетте принципа на United Nations Global Compact /<https://www.unglobalcompact.org/>, които са база на самото проучване. Тези принципи обхващат поведението на различните бизнеси относно: поддържане и уважаване на международно признатите човешки права; недопускане на обвинения относно нарушаване на човешките права; поддържане на свободата на сдружаване и ефективен, колективен достъп до изгодни сделки; отстраняване на всякакви форми на насилствена и принудителна работа; ефективно намаляване на използването на детски труд; елиминиране на дискриминацията по отношение на наемане на работа и заетост; поддържане на засилено внимание към промените в околната среда; предприемане на инициативи за поощряване на по-голяма отговорност към околната среда; поощряване развитието и разпространението на шадящи околната среда технологии; работа срещу корупцията във всичките нейни форми, включително изнудване и подкупи.

Разсъжденията за устойчив бранд от позиция на маркетинговата концепция и концепцията за устойчивост разкриват определени различия.

Устойчивият бранд в контекста на маркетинговата концепция отразява последователна, стабилна политика свързана с удовлетворяването на лични потребности на индивидите и в този план постигане на стабилно потребление/лоялност, популярност, печалба, конкурентни предимства, доверие и устойчив ръст на продажбите основно чрез предлагане на по-добри в качествено и функционално отношение, продукти. Маркетинговата концепция предполага

поведение на компанията/организацията към дългосрочно оцеляване и известна непоклатимост в турбулентна среда на база собствените усилия въпреки средата чрез използване на всички налични ресурси и поемане на ангажимент основно към потребителите и собствениците/акционерите/. Такова поведение предполага изчерпване на ресурсите и унищожение.

Устойчивият бранд от гледна точка на концепцията за устойчиво развитие предполага философия насочена към постигане на целите на компанията/организацията чрез поемане на ангажимент за развитие и поддържане на екологична, социална и икономическа устойчивост. Базиран на концепцията за устойчивост/устойчиво развитие/ той отразява поведение и стремеж на компанията/организацията да бъде важен фактор, градивен елемент за оцеляването, възпроизводството и жизнеспособността на средата и системата като цяло и така да гарантира и собственото си развитие. По този начин би се получила симбиоза между собствените усилия и усилията на останалите елементи на системата за постигане на екологично, икономическо и социално благоденствие на цялата система.

От всичко казано можем да направим извода, че понятието „устойчив бранд“ може да има различен смисъл, съдържание и тълкуване от гледна точка на маркетинговата концепция и концепцията за устойчивост/устойчиво развитие, но посочените особености биха могли да се допълват и надграждат взаимно.

Днес човечеството и неговата жизнена среда са застрашени от почти непрекъснати природни бедствия, локални военни действия, тероризъм, засилващо се неравенство по отношение на ресурсен потенциал, придобиване и ползване на придобити блага, сигурност, личностни перспективи за развитие на индивидите и гарантиране на тяхното благополучие.

Устойчивият бранд, съчетаващ в едно прийоми на маркетинга, гарантиращи дългосрочна позитивна връзка между компании/организации и техните потребители и дълбоко съдържателната, смислова философия на концепцията за устойчивост /устойчиво развитие/ може да се превърне в надежден инструмент за жизнеспособност и възраждане на комплексната система от предпос-

тавки за настоящо и бъдещо добруване на човешкото общество.

### Използвана литература

1. Абдулева С., Брендинг как составная часть товарной политики, Сборник доклади от международна научно-практическа сесия: Бранд идея: иновативност и креативност в брендинга, изд. Делник, 2013 г.

2. Атаева А., Брендинг в розничной торговле – слагаемое успеха, Сборник доклади от международна научно-практическа сесия: Бранд идея: иновативност и креативност в брендинга, изд. Делник, 2013 г.

3. Велковска М., Устойчивост – понятие и употреба, Е-списание „Социална работа“, 2014, бр. 1, година II, 80-93 стр.

4. Горанова П., Регионалните брандова като обект на маркетинговия мениджмънт, Сборник доклади от международна конференция: Съвременни управленски практики VIII „Целесъобразност и риск в бизнес проектите“, изд. БСУ, Бургас, 2014 г.

5. Димова Н., Маркетингови аспекти на емоционалното пазуруване, изд. НБУ, София, 2013 г.

6. Секстън Д., Маретинг 101: Как да изградите най-ценния актив за всяка компания, изд. John Wiley & Sons, 2008 г.

7. Kerin R. H., Marketing: The Core, ed. McGraw-Hill/Irwin, NY, 2013

8. Bates С., [www.Sideroad.com/Branding/What\\_is\\_brand.html](http://www.Sideroad.com/Branding/What_is_brand.html) посл. дост. 25.11.17 г.

9. Melnyk,J.,[www.theguardian.com/sustainable\\_business/building-sustainable-brand-communication/](http://www.theguardian.com/sustainable_business/building-sustainable-brand-communication/) посл. дост. 29.11.17 г.

10. [technik.info](http://technik.info) посл.дост. 30.11.17 г.

11. [http://www.sideroad.com/Branding/What\\_is\\_brand.html](http://www.sideroad.com/Branding/What_is_brand.html) посл. дост. 25.11.17 г.

12. <https://www.systembolaget.se/imagelibrary/publishedme> посл. дост. 25.11. 17 г.

13. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles> посл. дост. 25.11.17 г.

14. <https://wikipedia.org> посл.дост. 25.11.17 г.

# УСТОЙЧИВО ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА БРАНД

*Радина Русева, Михаела Христова*

## SUSTAINABLE BRAND POSITIONING

*Radina Ruseva, Mihaela Hristova*

### Abstract

Over the past few decades much attention has been paid to environmental issues, sustainable development and consumerism of resources and goods. After an overview of the main pillars regarding sustainability and brand positioning concept, a model of an actual versus perceived greenness has been discussed. On this basis, both authors propose good practices for “green brand” positioning to companies.

*Key words:* positioning, sustainability, green brand, green marketing.

### Въведение

Терминът „зелен маркетинг“<sup>1</sup> се заражда в Европа в края на 80-те години и началото на 90-те години на XX век. Тогава се достига до извода, че определени продукти са вредни за околната среда и за обществото като цяло. В последствие се създават нови типове продукти, наричани „зелени продукти“, които вредят по-малко на околната среда (Европейски център за качество ООД, 2016).

Терминът „устойчиво развитие“ за пръв път се споменава в Доклад на ООН през 1985 г. Целта на концепцията е да „създава възможност за задоволяване потребностите на днешното поколение без да застрашава бъдещите поколения да задоволяват своите потребности“ (World Commission on Environment and Development, 1987). По-конкретно устойчивото развитие предполага да се избират и насърчават стратегии за икономическо развитие,

---

<sup>1</sup> С цел да се избегнат повторения, в разработката, термините „зелен маркетинг“ и „зелен брандинг“ ще се използват като синоними.

съобразени с опазването и подобряването на околната среда и биологичното равновесие на Земята. По статистика 35% от американците споделят, че по време на икономическата рецесия през 2009 година са имали, а и до днес продължават да имат големи очаквания от компаниите да бъдат екологично отговорни (Doval et al., 2014). Както големите, така и малките компании осъзнават ползите от природосъобразността и я интегрират в маркетинг посланията си. Според проучване на Американската асоциация по маркетинг, над половината от корпоративните специалисти по маркетинг вярват, че организациите им ще повишат ангажираността си с екологична устойчивост през следващите две до три години, а 43% казват, че компаниите им ще увеличат маркетинг дейността си по тези програми (Европейски център за качество ООД, 2016).

Целта на тази разработка е да се дискутират концепциите за устойчивост и позициониране и на тази база да се разгледат добри практики за позициониране на „зелен бранд“. Обект на изследване в доклада са компании, които са чувствителни към зелената идея и използват „зелени“ бранд стратегии. Предмет на изследване е устойчивото позициониране на бранд чрез техники, насочени към опазване на околната среда. Наблюдава се наличие на ограничения, които произтичат от липсата на емпирично изследване и използване на вторични данни.

### **Теоретични аспекти, свързани с устойчивостта**

Въпросът за устойчивостта поражда различни разногласия в различни аспекти, между които и наличието на устойчивост въобще и с дефинирането на устойчивостта.

Съгласно „Моделът на трите стълба на устойчивостта“ се идентифицират три взаимно допълващи се измерения, които следва да бъдат развивани паралелно като гаранция за устойчивостта на човешките общности среда: екологично, икономическо и социално. Екологичната устойчивост се свързва с опазването на природата и околната среда като израз на стратегическа грижа за бъдните човешки поколения. Най-разпространеното определение на понятието „устойчивост“ гласи: „Свойство на дадена система да

запазва основните си характеристики при относително малка промяна на даден параметър.“

В пазарната икономика устойчивостта на организациите се определя като един от външните фактори за нейната конкурентоспособност. Колкото по-висока е устойчивостта на организацията, толкова по-независима е от неочакваните изменения на пазарната конюнктура (Илясов, 2004).

Маркетинговата устойчивост отразява съвкупността от маркетингови стратегии при реализацията и достигането целите на организацията. Свързва се с получаването на точна и обективна информация за търсенето на различни сегменти на пазара, а също така и с изучаването зависимостта на организацията от пазарните фактори, в това число конкуренция и еластичност на търсенето (Пискунова, 2010).

В наши дни маркетингът се развива изключително активно и обхваща все повече области. Необходимо е компаниите да отделят повече внимание на въпроса свързан с устойчивостта. По мнение на Филип Котлър е необходимо маркетингът да стане екологично отговорен. Маркетинговият микс, известен още като четирите елемента на маркетинга, е комбинация от продукта, цената, мястото и промоцията. Специалистите в областта на маркетинга разработват стратегии в тези четири области, за да адресират марката, продажбите и печалбите. Маркетинговият микс формира основа за формиране на устойчива маркетингова стратегия. Устойчивият маркетинг (към който спада зеленият маркетинг), за разлика от традиционния, трябва да се придържа към принципи за устойчивост в целия маркетингов микс. Четирите елемента на зеления маркетинг са същите като при традиционния маркетинг, но предизвикателството пред специалистите е да ги използват по иновативен начин. Те могат и трябва да се прилагат в зеления маркетинг:

1.Продукт. Екологичните цели на планирането на продуктите са намаляване на консумацията на ресурси и замърсяването и увеличаване на опазването на редки ресурси.

Продуктът трябва да има отличително място в процеса на покупка и продажба. Характеристиките на продукта понякога носят



възможности и ограничения, но продуктът винаги има ползи за клиента.

2.Цена. Цената е важен и критичен фактор за зеления маркетинг микс. Повечето потребителите са готови да заплатят повече само ако имат възприятие за допълнителна добавена стойност. Тази стойност може да е подобро представяне, дизайн, външност или вкус. Зеленият маркетинг трябва да вземе предвид тези фактори, когато начислява премиум цена.

3.Промоция. Има три вида зелена реклама:

- Реклами, които адресират отношение между продукт/услуга и биофизичната среда;

- Реклами, които промотират природосъобразен начин на живот, като обръщат внимание на даден продукт или услуга;

- Реклами, които представят корпоративен имидж на екологична отговорност.

4.Място. Изборът на място и време за представяне на продукта има значително влияние върху потребителите. Малко потребители биха направили нещо нетипично, за да закупят природосъобразен продукт (Европейски център за качество ООД, 2016).

По правило, в икономическата литература, „категорията устойчивост се приема като характеристика на сложна динамична система, на която влияние оказват многобройни фактори, в това число фактори със случайни характеристики. (Фетисов, 1999).

Основа за устойчивостта на организацията се разглежда като възможност на организацията да се справи с въздействието на външната среда на основата на вземането на правилни и ефективни решения в областта на производствения, маркетинговия, финансовия и друг вид мениджмънт. Стремещът на всяка компания е получаване на печалба, която е следствие и от правилното позициониране на продуктите в съзнанието на клиентите.

### **Концепцията за позициониране**

Позиционирането на бранда е аналитичен процес, който цели да даде отговор на следните въпроси: „Защо?“ „Кога?“ „За кого?“ и „Срещу кого?“ Първият въпрос се отнася до бранд обещанието.

Така например The Body Shop са екологичен бранд. Действителните и субективни елементи, които подкрепят ползите от бранда, се свързват с въпроса „Кога (е подходящото време да бъде използван)?“. Третият въпрос е насочен към целевата аудитория, докато четвъртият дефинира основните конкуренти. В есенцията на позиционирането е изборът на набор от елементи, с които брандът ще се асоциира. Едновременно с това е задължително елементите са бъдат конкурентоспособни. Това е и първата стъпка за успешно позициониране в съзнанието на потребителите. Втората е да се уточнят различията и причината брандът да съществува на пазара (Karferer, 2008).

Според Станимиров, позиционирането е един от основните елементи на съвременния маркетингов мениджмънт и база за уточняване параметрите на пазарните оферти. Специалистите по маркетинг използват позиционната стратегия, за да разграничат офертите на своите компании от тези на конкурентите и да комуникират желаните от тях позиции (Станимиров, 2013).

Позиционирането е повтарящ се процес, състоящ се от проактивни действия, целящи да дефинират различните възприятия на потребителите (Kalafatis et al., 2000). Според авторите Aaker и Joachimsthaler (2000) позиционирането на бранда следва да бъде част от бранд идентичността и предложението за стойност. Същите трябва да достигнат до целевата аудитория чрез активна комуникация, чийто акцент е поставен върху уникалното предложение за продажба (Unique Selling Proposition, USP). От казаното в предходните изречения следва да се направи обобщение, че позиционирането на един бранд като „зелен“ е свързано с активна комуникация и разграничаване на бранда от конкурентните му чрез атрибути, отнасящи се до опазване на околната среда (Pickett et al., 1995).

Стратегиите за зелено позициониране на бранда могат да се класифицират като „функционални“ и „емоционални“. Някои коли на Тойота са известни сред потребителите със своите функционални елементи и се позиционират като „зелени“ поради липсата на вредни емисии. От друга страна се наблюдават и емоционални

елементи, които предоставят следните предимства за потребителите: (а) чувство на благосъстояние, което се асоциира с алтруистични дейности (б) показност пред обществото чрез консумация на зелени брандове и (в) отношение към природата, състоящо се в изразяването на „емоционален афинитет към природата“ или чрез слогани „Аз обичам природата“.

Позиционирането на продукт само и единствено чрез функционални атрибути не е възможно без известни ограничения, тъй като намаляването на вредното влияние върху околната среда не носи лични облаги за купувачите. В следствие на този факт възприеманите ползи не са достатъчни и не успяват да мотивират потребителите да закупят продукта. Освен допускането на рационализъм при вземането на решение за покупка, функционалното позициониране на „зелен“ бранд притежава и друг недостатък: то може лесно да бъде имитирано от конкурентите (Kroeber-Riel, 1991; Aaker, 1996).

Брандът може още да се асоциира и с емоционални атрибути, което става възможно посредством процес на излагане и емоционална реклама (Burke and Edell, 1987). Coddington (1993) смята, че устойчивото зелено бранд позициониране се състои в задоволяване емоционалните нужди на потребителите и създаване на афективна връзка с тях.

Компаниите са длъжни да преосмислят както своята култура, така и всички вътрешни процеси и дейности, които имат отношение към доставките на суровини и материали. Комуникацията със заинтересованите страни, целяща успешното извеждане и налагане на продукт на пазара, също трябва да бъде в синхрон със „зелената“ бранд стратегия. Фокусирани върху устойчивостта, фирмите избират да обслужват сегмент, в който попада голяма част от високо образованото младо население. Много от тези хора участват активно в различни екологични и „зелени“ инициативи (Sarkar, 2012). Според Coddington (1993), Meffert и Kirchgeorg (1993) при компаниите зеленото позициониране се явява съществен фактор за успех на всяка тяхна зелена бранд стратегия.

## **„Модел за действителна и възприемана екологичност на продуктите“**

Зеленият маркетинг, познат на специалистите още като маркетинг, насочен към опазване на околната среда или устойчив маркетинг, е средство за устойчиво развитие и подсилване на бранд имиджа (Banytė & Gadeikienė, 2008). Днес терминът „зелен“ намира широко приложение в индустрии, ориентирани към използването на нови технологии и продукти, имащи силно устойчиво влияние върху околната среда (Sarkar, 2012).

Съществуват различни механизми и стратегии за приложение на устойчив зелен брандинг. Отделни държави и фирми по света се състезават в усилията си, фокусирани върху защита на екосистемата. Например, Procter & Gamble създават пелени за еднократна употреба, които могат да бъдат използвани за наторяване, докато други компании лансират на пазара спрейове за коса, които не увреждат озоновия слой. Продуктите на The Body Shop не са тествани върху животни, в повечето случаи са натурални, а опаковките им могат да се рециклират или презареждат (Sarkar, 2012). Всички тези примери показват, че компаниите могат да придобият конкурентно предимство и да бъдат успешни, ако използват иновации, ориентирани към устойчивостта и опазването на околната среда. Това е свързано с процедура по сертифициране, чиято основна цел се явява изграждането на сигурност и доверие у потребителите на зеления бранд, че компанията притежава устойчиво превъзходство спрямо конкурентите.

За да създадат „зелен“ продукт, е необходимо компаниите да разберат отношението на потребителите към новата „зелена“ визия. Бранд специалисти (Simula et al., 2009) са автори на модел, който разграничава действителната от възприеманата екологичност на продуктите. Моделът под формата на матрица е представен на фиг. 1:



**Фиг.1 Модел за действителна и възприемана екологичност на продуктите**

*Източник: Simula et al., 2009*

Всеки един продукт може да бъде разположен в някой от четирите квадранта, като най-висока стойност носи продукт, който се радва на висока възприемана и действителна екологичност. Той бива характеризирани с устойчивост и превъзходство като се доближава в най-голяма степен до идеалната представа на потребителя. Стремещт на компаниите се състои в това да позиционират/препозиционират повече свои продукти в този квадрант. В противоположния край се намират продукти, които не могат да бъдат определени като зелени (имат ниски стойности и по двата критерия за екологичност). Най-голям интерес за бранд специалистите предизвикват продукти, позиционирани в квадрантите „Псевдо зелен продукт“ и „Пропуснатата възможност“. В първия случай потребителите не възприемат продукта като зелен, въпреки че компанията се стреми да наложи „зелена“ визия. Това е опасна зона, защото означава, че бранд стратегията и комуникациите не са били ефективни. Възможно е да съществуват спънки, т.е. „зелената“ визия тотално да се различава от целите, мисията и посоката, в която се развива компанията. Например, fast-food брандове като McDonald’s и Burger King трудно биха лансирани на пазара „зелен“ продукт, тъй като в съзнанието на клиентите им е формирана представата, че те предлагат нездра-

вословни, висококалорични и фабрикати с високо съдържание на мазнини. Това не съответства на екологично и природосъобразно производство. Фирми, чиито продукти се позиционират в квадранта „Пропуснатата възможност“, трябва да обърнат внимание върху ефективността на бранд комуникациите. Въпреки че компаниите са инвестирали средства в създаване на „зелен“ продукт, клиентите не успяват да го одобрят. Съществува известно противоречие между действителната и възприеманата позиция. Задачата на компанията и на маркетинговите специалисти се състои в това да се намери причината и да се преодолеят различията във възприятията.

### **Заключение**

Позиционирането на всеки „зелен бранд“ е съпроводено от активна комуникация и разграничаване на бранда от неговите конкуренти чрез атрибути, акцентиращи върху опазването на околната среда. Екологично устойчивите продукти никога не биха достигнали успешна комерсиализация без ефективно комуникиране именно на тези зелени бранд атрибути.

За целите на този доклад са използвани предимно вторични данни. С оглед на това да се превъзмогне липсата на емпирично изследване по темата, авторите предлагат в бъдеще да се проучи границата на възприятие на потребителите към екологичен брандинг. За кои компании и браншове е подходящо да се прилагат „зелени“ бранд стратегии и позициониране? Какво е отношението на клиентите в различните целеви групи към инициативи, свързани с опазването на околната среда?

Независимо от размера на бизнеса, при повечето компании възприеманата зелена политика ще гарантира по-добри връзки с клиентите и устойчив растеж. Опитът показва, че потребителите и бизнес клиентите са все по-загрижени за околната среда и променят потребителското си поведение. Зеленият маркетинг отразява целите на традиционния маркетинг, а именно „да улеснява обмен, който има за цел задоволяване на човешките нужди и предпочитания“.

Определянето на правилните зелени цели е пример за добри практики. Много компании осъзнават, че са част от по-широка

общност и трябва да се държат по екологично отговорен начин. Наред с проактивния зелен брандинг е изключително важно да се спазва екологичното законодателство. В някои пазарни сектори, компаниите, които са предприели зелени инициативи, са увеличили пазарния си дял. Конкурентите, които разпознават стойността на „зеления фактор“, могат да представят свои собствени версии. Изключително важно е дейностите и комуникациите на компаниите да не подвеждат потребителите или индустрията, както и да не нарушават разпоредби или закони, свързани с екологичния брандинг. Важна цел е идентифициране на продукти със зелени характеристики, а именно: продукти от рециклирани стоки, био продукти, продукти с екологично отговорна опаковка, продукти, които могат да се рециклират или да се използват повторно. Всяка програма за разработване на нов продукт трябва да взема предвид екологични съображения.

Специалистите по зелен брандинг стимулират истинността на екологичните аспекти като използват устойчиви маркетинг, позиционни и комуникационни инструменти и практики. Примери за това включват: елиминиране на ненужни опаковки, принтиране върху рециклирани материали чрез процеси като безводно принтиране, използване на електронен маркетинг вместо хартиени писма и други.

Ползите от този доклад за компании и браншови организации се състоят в представяне на добри практики за позициониране на „зелен бранд“ от компаниите. Необходимо условие за успех е „зелената“ визия да е част от ДНК-то на компанията. В противен случай бранд идентичността ще бъде застрашена, потребителите объркани, а компаниите не биха могли да оправдаят високите разходи за ре-брандиране и лансиране на нов „зелен“ продукт. Твърде много компании възприемат устойчивостта като заплаха, а не като възможност за развитие на бизнеса. В заключение следва да се направи извода, че компаниите могат да получат реално конкурентно преимущество, като бъдат ориентирани все повече към екологично производство и екологични стратегии.

## Използвана литература

1. Зелен веб маркетинг – Европейски център за качество ООД, (2016). Available at [https://ka2prowomen.jimdo.com/app/download/10700489421/Green-Web+Marketing\\_BG.pdf?t=1478077361](https://ka2prowomen.jimdo.com/app/download/10700489421/Green-Web+Marketing_BG.pdf?t=1478077361)
2. Котлер Ф. Перспективы маркетинга – устойчивость / Ф. Котлер // Journal of Business & Industrial Marketing, 2012 - №19 // <http://vkurse.obs.ru>
3. Оценка финансового состояния предприятия / Г.Г. Илясов // Экономист, 2004 - № 6 - С. 49–54.
4. Пискунова И.В. Эволюция трактовки устойчивости организации / И.В. Пискунова // Экономические науки, 2010 - № 5(66) - С.71-74
5. Станимиров, Е. Позициониране на пазарните оферти на компаниите. // Сп. „Известия“, бр. 3, ИУ-Варна, 2013, с. 13-24.
6. Фетисов Г.Г. Устойчивость коммерческого банка и рейтинговый системый ее оценки. М., 1999, С.10.
7. Aaker, D.A. (1996), Building Strong Brands, The Free Press, New York, NY.
8. Aaker, D.A. and Joachimsthaler, E. (2000). Brand Leadership, The Free Press, New York, NY.
9. American Marketing Association (AMA) and Fleishman-Hillard Research Study (2009). Marketers' Views Remain Bright on the Topic of Sustainability, Despite Gloomy Economy. Available at <http://www.ideiasustentavel.com.br/pdf/ama-fh-sustainability-report.pdf>
10. Banytė, J. & Gadeikienė, A. (2008). Corporate social responsibility as marketing means in Lithuanian business practice. Economics and Management, 13, 227–238.
11. Burke, M.C. and Edell, J. (1987). “The power of feelings in understanding advertising effects”, Journal of Consumer Research, Vol. 14, December, pp. 421-33.
12. Coddington, W. (1993). Environmental marketing: Positive strategies for reaching the Green consumer. New York: McGraw-Hill.
13. Doval, J., Singh, E. P., & Batra, G. S. (2014). Green Buzz in Luxury Brands. Review of Management, 5. Available at



SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2450992>

14. Kalafatis, S.P., Tsogas, M.H. and Blankson, C. (2000). "Positioning strategies in business markets", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 15 No. 6, pp. 416-37.

15. Kapferer, Jean-Noël. (2008). *New strategic brand management: creating and sustaining brand equity long term / Jean-Noël Kapferer.* – 4th ed. Kogan Page Limited.

16. Kroeber-Riel, W. (1991), *Strategie und Technik der Werbung*, Kohlhammer, Stuttgart.

17. Meffert, H. & Kirchgeorg, M. (1993). *Marktorientiertes Umweltmanagement*. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel.

18. Pickett, G.M., Kangun, N. & Grove, S.J. (1995). An examination of the conserving consumer: Implications for public policy formation in promoting conservation behavior. In M.J.

19. Report of the World Commission on Environment and Development, June 1987 Geneva, Switzerland: Our Common Future. Available at: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

20. Sarkar, A.N. (2012). Green Branding and Eco-innovations for Evolving a Sustainable Green Marketing Strategy. *Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation*, 8(1), 39–58.

21. Simula, H., Lehtimark, T. & Salo, J. (2009). Managing greenness. *Journal of Systems and Information Technology*, 11(4), 331–346.

# БРАНДЪТ ЧИТАЛИЩЕ – ПРОБЛЕМИ И ПЕРСПЕКТИВИ

*Светлана Ненчева*

## THE CHITALISHTA BRAND – PROBLEMS AND PROSPECTS

*Svetlana Nencheva*

### Abstract

The Chitalishte is a unique public institution that performs educational and enlightenment functions and activities in Bulgaria. The status of his business allows him to be represented as a trademark. The aim of this paper is to test the existence of a brand. The existing legal framework for the activities, development and maintenance of the Chitalishte provides an opportunity to make the present analysis and recommendations.

**Key words:** *brand, management, chitalishte, marketing, sustainable development.*

Читалището е уникална по своя характер, българска обществена институция, която изпълнява учебно-просветителски функции и развива самодейността. Възприема се от обществеността като пример за устойчива културна институция със специфична мисия. Разпознава се по съхраняване на традициите, културата и образованието от миналото до днес. Благотворителността и доброволчеството са в основата на авторитета на читалището. Със 160 годишната си история, читалището продължава да поддържа и развива своя потенциал, да подпомага функционирането на гражданското общество. Днес читалищата са национални, социални, културни, образователни и информационни организации който успешно отговарят на предизвикателствата на времето.

Нематериалното културно наследство се явява съществен фактор за съхранение на националната културна идентичност, а читалището способства това да се реализира в най-ярка и пълна степен.[Велев, В.]

Статутът на читалищата е определен в няколко основни закона

– Закон за народните читалища[20.09.2016] и Закона за юридическите лица с нестопанска цел[27.12.2016]. Финансовата отчетност е основана на правилата и принципите заложиени за отчитане на неправителствени организации. В миналото от организация на пълна бюджетна издръжка, днес читалището се трансформира в организация от неправителствен характер. Тя следва да получава държавна и общинска субсидия, но и да набавя средства чрез реализиране на собствени приходи. Трябва да се отбележи, че читалището е изградило с годините уникален обществен престиж и географско разпространение. Като цяло читалищата имат огромен потенциал да способстват за задоволяване на определени културни и образователни потребности на населението и да засилят гражданското участие. Притежават три институционални характеристики – устойчивост, легитимност и гъвкавост. Добавяйки към тези характеристики и богатият им опит се създават онези предпоставки, които позволяват днес читалищата да откликват на новите потребности на българското общество.

Читалищата са самоуправляващи културно-просветни сдружения, изпълняващи местни, регионални, но и държавни задачи в областта на културата. Достига се до реално самоуправление с помощта на гражданското общество. Специалният им статут позволява да подпомагат основната си дейност с допълнителна, за да се самоиздържат. Официалният представител на изпълнителната власт, Министерство на културата, по отношение на читалищата си е поставило следните стратегически цели:

- Институционално укрепване на читалищата като самоуправляващи се културно-просветни граждански сдружения на основата на действащото българско законодателство;

- Разширяване на обхвата, съдържанието и партньорството за осъществяване на Национална обучителна програма, насочена към повишаване квалификацията на кадрите в читалищата и постигане на по-добър мениджмънт в тяхната работа; разширяване съдържателния и социалния обхват на читалищната дейност за привличане на по-широк кръг от населението, в това число малцинствените общности, маргинализираните групи, хората с увреждания и др.

- Усъвършенстване на механизма за финансиране на читалища, разпределянето на държавната и общинските субсидии и осъществяването на обществен контрол;

- Технологично обновяване на читалищната дейност на базата на защитени програми и проекти.

Изхождайки от мястото което заема читалището в съвременното общество, автора с настоящата разработка, си поставя за **цел** да направи проверка на показателите за съществуване на бранд. Да се потвърди или отхвърли тезата, че читалището по своята същност е съществен елемент от нематериалното културно наследство на България и е необходимо да се развива като успешен и устойчив бранд.

Брандът по своята същност е уникален и привлекателен образ за потребителя. Сбор от осезаеми и неосезаеми изгоди, които носи в себе си потреблението на стоката или услугата, притежаваща конкретни идентификационни символи (марки, знаци). Брандингът е процес на управление на комуникативните въздействия по създаването на уникален и привлекателен образ за обекта на потребление. [Байков, Б.2013]



Фиг. 1. Лого на читалище

За да се определи дали една услуга или продукт е бранд е необходимо и достатъчно да са налице следните условия :

*Първо* – 75 % достъпност до потенциалните купувачи от целевата аудитория

*Второ* – 75 % от аудиторията могат да разпознаят бранда по наименованието и да опишат отрасъла към който принадлежи;

*Трето* – 20 % от купувачите ползват услугата или продукта регулярно;

*Четвърто* – 20 % от потребителите могат да посочат основните моменти описващи бранда.

*Пето* – Брандът съществува най-малко 5 години на пазара;

*Шесто* – купувачите са готови да заплатят за услугата или продукта цена по-висока от средната на аналогичните стоки в същата категория;

Със своята дългогодишна история над век и половина читалището като институция отговаря на изискването за съществуване. Мрежата на читалищата успява да покрие една голяма част от населените места в страната, като и да достигне до максимален брой възможни потребители и ползватели на предлаганите услуги.

<b>Населено място</b>	<b>2015г.</b>
Градове	706
Села	2882
	3588

**Фиг. 2. Брой читалища към 2015 г.**

*Източник: Публичен регистър на читалищата.*

Аудиторията разпознава бранда читалище и може да опише областите на развитие и отрасъла.

Най-често срещаната услуга, която се ползва от потребителите се предлага от библиотеките към читалищата. Закона за народните читалища изрично поставя като едно от основните условия за да съществува читалище – наличието на библиотека. Повече от 20% от

потребителите в регионите ползват предлаганите услуги.

Друго изискване за съществуване на бранд е 20% от населението в даден регион да може да посочи основните моменти на дейността на читалището. Мисията на читалищата да съхраняват традициите, да развиват образованието и квалификацията, да формират културна грамотност у подрастващите е популярна и разпознаваема в обществото.

Факторът цена на услугата напълно се покрива с представите на потребителите за възможностите които им се предлагат в читалищата. Професионалният екип за обучение на деца в различни направления – изкуство, танци, езикова подготовка е гарант за получаване на по-добра квалификация и съответно допуска възможността за заплащане на по-висока цена на услугата.

Идеята за бранда като нещо, което обитава съзнанието на потребителите, се среща при повечето автори изследващи брандинга. Фундаментално изискване е за създаването на определена марка се изисква дългосрочно обвързване с политика.[Кършакова, Р. 2012]

Типичен пример е провежданата държавна политика за читалищата, като необходимост от развитие и усъвършенстване на съществуващ бранд.

година	Държавна субсидия за читалищата в лв.
2017	7300
2016	7080
2015	6940
2014	6400

**Фиг.3. Държавна субсидия за читалищата съгласно решения на Министерски съвет на щатна бройка**

*Източник: Закон за държавния бюджет -2017,2016,2015,2014г. и РМС*

Нуждите и потребностите на потребителите непрекъснато се изменят. В основни линии към момента можем да ги групираме в следните няколко направления:

- Необходимост от осигуряване на актуален библиотечен фонд;
- Свободен достъп до компютри и интернет;
- Възможност за достъп до електронни база данни и ресурси;
- Осигуряване на пространство и уют в читалищата;
- Обучени и мотивирани кадри;
- Осигуряване на материално-техническа база и условия за работа и обучение на децата и др.

За да се подобри и развие брандът читалище е необходимо да се гарантира от държавата финансова сигурност до толкова до колкото да покрива необходимите минимални изисквания за съществуване и да се създадат по-добри условия за набиране на различни източници допълващи финансирането. Ангажимент на читалищата е подобряване на отчетността и анализа от дейността. Максимална удовлетвореност на ползвателите на услугите и възможност за осигуряване на динамично променящите се потребности на потребителите. Подобряване на комуникацията между читалищата, местната общност и представителите на държавната и общинска администрация. Изработване на модел на бранд „Читалище“, който ще подпомогне читалищата в малките населени места да подобрят своят организационен, финансов и дейностен календар.

Правителствената политика представена през призмата на икономическата ефективност и справедливост може да бъде проводник на уникален по своята същност продукт – бранд „читалище“. Публичната икономика дава рамката за мисленето дали държавата трябва да участва в икономическите пазари и до каква степен трябва да се реализира нейната роля. Изборът на конкретни политики за визуализиране на нематериалното културно наследство и популяризирането им в обществото подпомагат развитието на националния бранд.

Днес брандът читалище може успешно да бъде използван в представянето на културните ценности на България и успешно да си взаимодейства с общинската културна политика и представителите на туристическите услуги. Чрез това си взаимодействие ще подпомогне от една страна представянето на читалищата чрез

своята дейност и от друга ще привлече туристическия поток в слабо развити региони. Ефектът от това взаимодействие ще се отрази в подобряване на стандарта на живот и развитие на изоставашите региони. Чрез брандът читалище успешно се постига социалното благосъстояние на обществото. Брандирането на публичните институции е политически процес. Брандирането следва, а не предхожда идентичността. Брандът не е етикет, който може да се сложи върху нещо, чиято социална природа не се е формирала и не е получила визия за усещано и преживяно социално качество.

### **Използвана литература**

1. Закон за народните читалища
2. Закон за юридическите лица с нестопанска цел
3. Байков, Б. Брандинг – в туристическия бизнес, ГорексПрес, 2013
4. Велев, В., <https://www.academia.edu/32889540>
5. Кършакова, Р., Брандиране и други пододи в подкрепа на регионалната идентичност, НТ на Русенски университет -2012, т.51, серия 5.2
6. Тананеева, Ж., Стратегии за изграждане на положително отношение към бранда,  
<http://research.bfu.bg:8080/jspui/handle/123456789/941>



# НЯКОИ ВЪЗМОЖНОСТИ, КОИТО БИОЗЕМЕДЕЛИЕТО СЪДЪРЖА В СЕБЕ СИ ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВА РЕГИОНАЛНА ИКОНОМИКА

*Александър Давчев*

## SOME OPPORTUNITIES THAT ORGANIC AGRICULTURE HAS ITSELF TO DEVELOP A SUSTAINABLE REGIONAL ECONOMY

*Aleksandar Davchev*

### Abstract

The organic farming becomes more popular and economically significant nowadays. The change in consumer expectations requires an adequate response from business organizations. It is obvious that the biggest part of the “organic customers” associates this production with the rural regions. This behavior, reflected through the prism of tourism, gives an opportunity for sustainable development of the regions. That state of the market must be used more actively by the stakeholders because this may be the way solving some of the socio-economical problems of our time.

**Key words:** *organic agriculture, tourism, sustainable regional economy.*

Биологичното земеделие набира все по-голяма популярност. Доколкото то се явява осъзната потребност – основен градиент на проактивния начин на живот или неговото утвърждаване, е под въпрос. Безспорно обаче неговата икономическа значимост става все по-осезаема, а развитието му под формата на бизнес продукт все по-далновидна стратегия. Налагането и проникването на уелнес концепцията - идеята за водене на природосъобразен начин на живот, създаващ баланс на тяло, ум и дух (Hales, 2007), в производството на храни и напитки на основата на биологичното земеделие става все по-рентабилна, а възможностите за обвързване с туристическата индустрия все още не са изчерпани.

Промяната стартира от рязкото изменение в дългогодишно поддържания от световните вериги за бързо хранене курс, в който

сега отчетливо се промъкват идеите за редизайн на продуктовете им политика. Предлагањето на все повече нискокалорични храни, използването на все повече продукти в прясно, непреработено състояние, влагането на все по-малко захари и изваждането от менютата на онези храни, за които има сериозни данни, че подчертано влошават здравословното състояние на индивида, са активни действия в посока утвърждаване на новите трендове.

Създаването на нови продуктови линии и преосмислянето на визията на организациите, загърбването на десетилетни традиции в начините на организация и производство, респективно на обслужването, е недвусмислен сигнал за настъпващата промяна. Тази политика, стъпила върху фундамента на новото време, дава своето отчетливо отражение върху финансовите измерения на бизнес процесите. Тенденцията за понижаване калоричността на предлаганите артикули и ползването им в комбинация с все повече плодове, зеленчуци и по-малко хранителни алтернативни заместители на традиционни продукти (глутеносъдържащи, дресинги на основа на майонезата, твърде мазни меса, картофи и др), както и настъпилите промени в начините на приготвяне (паниране – заместено от печене на скара, пържене – заместено от варене/на пара/, сотиране или печене и пр.), създават новата визия в направлението.

Биохраните - храни, носещи сертификат, удостоверяващ техния органичен произход и начин на производство, които отговарят на строго определени изисквания и стандарти, регламентирани от държавата (Сертова, 2013), са сравнителна новост на българския пазар, като в исторически разрез тяхното предлагане започва преди около десет години, въпреки че корените на този род производство можем да проследим от средата на 60-те години на миналия век с учредяването на специализирани институти за опитна работа и разработване на сортови семена.

Като всяка новост и в този случай трудностите са твърде много, особено в областта на реализацията на готовата продукция. Непознаването, мнителността, консерватизмът, отказът за покупка и др. от страна на потребителите оказват сериозно влияние върху вътрешната търговия. Новата парадигма, която провокира съз-

нанието към промяна на начина на живот чрез прекратяване на вредните навици и създаването на нови, които да подобряват качеството на живот чрез използването на все повече природни продукти и активна рекреация, дава зелена светлина за създаване на колаборация между, по мнение на автора, най-тясно свързаните браншове – СПА туризма и биохраните. Избраният вариант е удачен поради факта, че практикуването на туризъм е свързано с промяна, а на подсъзнателно ниво, подчинилите ѝ се, са склонни да приемат и изменение в режима си на хранене.

Редица експерти са единодушни, че потребителите асоциират биологичните продукти със здравословния начин на живот и хранене. Този показател е от особена важност по отношение на реализацията на биологичните храни, независимо от това, че според изискванията на европейското законодателство не е коректно да се твърди, че биологичните продукти са по-здравословни от конвенционалните им аналози.

Основен момент при формирането на избор се оказват и агресивните маркетингови стратегии за популяризация на редица продукти, които обикновено лансират многократните предимствата на „биохраните“ пред замразените или полуготовите. Факт е обаче, че в страната ни те не са традиционен избор за разлика от редица европейски държави. Основната теза продължава да бъде свързана с това, че най-пряко влияещият фактор върху формирането на избора продължава да бъде цената.

Може да се говори за наличие на пресечни точки между СПА туризма и хранителната индустрия в обхвата ѝ на здравословното и биохранене. Таргет групата от клиенти обаче е променлива величина. Тя не се определя само по платежоспособност, а и по мотивация, която е неизмерима категория.

До голяма степен потребителите на СПА услуги в съответните средства за подслон, възприемат концепцията на Уелнес парадигмата и ако не са подчинили начина си на живот на основните застъпени в нея идеи, то поне не ги отхвърлят априори, а се стараят да се доближат до тях. Би могло да се възприеме тезата, че по „пътя“ за утвърждаване на личната Уелнес философия (Кисьов, 2015; Пил-

зер, 2016) моделът „био“ може да бъде успешно имплементиран. По този начин е възможно и постигането на добро коопериране между СПА туризма и хранителната индустрия в направление „био“.

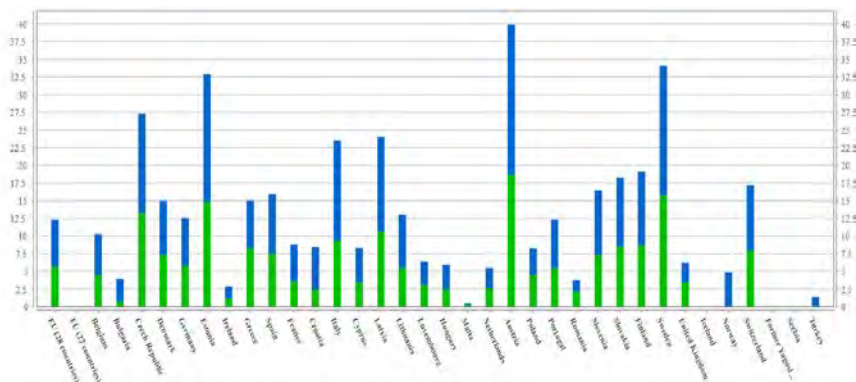
Краткотрайният престой в СПА хотел не може коренно да подобри или промени начина на живот, но човек е склонен да повярва, че допринеся за подобряване на кондицията си и нерядко постига комфорт и хармония. Така осъзнато става готов и да си допринесе още ползи, включително и да се храни по-здравословно, за да не изгуби постигнатото си себеусещане. Този тънък психологически момент е задължително да бъде използван от маркетингова гледна точка за задълбочаване на колаборацията между СПА туризма и здравословното биохраниене.

Друга възможност, която е особено релативна по линия на устойчивото регионално развитие, е свързана с организиране на собствено биологично производство от страна на бизнес субектите, управляващи средствата за подслон. От една страна, това е реална възможност за оптимизация на разходите, а от друга, обект на формиране на нов тип туристическо търсене. Създаването на туристически продукт, който транспонира утвърдения във времето назад модел „Show cooking“ (способ, при който на живо, пред погледа на клиента, се извършва пълен или частичен комплекс от действия по приготвяне на ястия) и би могъл по предложение на автора да носи наименованието „Show growing“ – „отгледано пред очите на клиента“, при който значителна част от суровините и градиентите за приготвяне на конкретни ястия се раждат пред очите на клиента и той има пряк досег до тях, включая може да участва в процеса е възможност, която все още не е достатъчно развита. Чрез подходящо презентирание и акцентирание на тези процеси би могъл да се очаква положителен маркетингов ефект - особено върху разпознаваемостта на бизнес организацията на пазара или създаването и утвърждаването на качествено нов бранд.

По данни на Българска асоциация Биопродукти (БАБ) в страната съществуват повече от 2000 биоферми, които по-скоро работят на принципа на пробата и грешката, отколкото да произвеждат качествен продукт – функция от действия на квалифициран и анга-

жиран персонал. Създаването на колаборация между тези ферми и туристически организации, които да канализират и развият потенциално туристическо търсене, би оказало благотворно влияние на местната икономика, особено в онези райони, които изпитват определени затруднения.

Тази възможност за съксяване на дистанцията между природа и човек е особено популярна в Западна Европа, където такива отворени за посещение ферми се радват на огромен интерес. Съвсем резонно е и предоставената възможност за пряк досег до реалната среда, в която тези растения се отглеждат, да оказва сериозен ефект върху търсенето на биопродукти. На таблицата по-долу са представени количеството на посевните площи, заети с биопродукти по държави, спрямо общото количество обработваема земя в сравнителен разрез между годините 2012 (представена в зелено) и 2016 (синьо).



**Фиг. 1. Площи, заети с органично земеделие, съотнесени към общото количество обработваема земя по държави, в сравнителен план 2012/2016.**

*Източник: Евростат – биологично земеделие*

Графиката представя недвусмислен ръст в посевните площи, заети с биохрани, като показателно е, че България съществено изостава от редица други европейски страни. Изграждането на ефективна колаборация между туризма и биоземеделието би бил ефективен способ за противодействие срещу сериозните проблеми на

ниво региони, свързани с безработицата, миграциите, липсата на икономическа активност и пр. Въпреки негативното отношение на мнозина, новите концептуални модели, които заместват традиционните храни с други, които не влошават общото състояние на потребителите, вече не се разглеждат като „екзотика“, предназначена за богатите, а напротив като „цялостна концепция за поемане на балансиран комплекс от хранителни вещества, станали част или изграждащи начина на живот“ (Филев, 2015).

Дали вече се касае за осъзната необходимост или мода, подхранвана от активни и атрактивни маркетингови стратегии за насърчаване на продажбите, здравословното хранене е факт, който е носител на сериозна икономическа полза. Всички тези усилия за неговата популяризация и налагането му като алтернатива на конвенционалното хранене е аспект, който умело трябва да се използва при решаването на част от проблемите на нашата регионална икономика.

Потенциалът, който се съдържа в разгръщане на взаимодействието между туризма и земеделието на ниво регион, би създавало една качествено нова възможност за реализация на градивни бизнес начинания. Този процес може да се разглежда като реална предпоставка за преодоляване на някои от социално-икономическите проблеми в нашето съвремие.

### Използвана литература

1. Българска асоциация Биопродукти. <http://www.bgbio.org/>.
2. Евростат - биологично земеделие. <http://ec.europa.eu/eurostat/>.
3. Кисьов, Н. Уелнес идеята – нова визия за развитие. Пловдив, 2015.
4. Пилзер, П. Новата Уелнес революция. София: Мрежа Анхира, 2016.
5. Сертова, Н. Натурален продукт. БАБХ – Център за оценка на риска, 2013.
6. Филев, Т. Здравословното хранене и ние. София: Хера, 2015.
7. Hales, D. An invitation to Wellnes. Making healthy choices. Thomson Wadsworth, Belmont, USA, 2007.

# НЕОБХОДИМОСТТА ОТ УСТОЙЧИВО ЛИДЕРСТВО В СЪВРЕМЕННИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Каляян Димитров*

## THE NEED FOR SUSTAINABLE LEADERSHIP IN CONTEMPORARY ENTERPRISES

*Kaloyan Dimitrov*

### Abstract

The report aims to create a clearer picture of the essence of "sustainable leadership" and how it can contribute to the sustainable development of modern business organizations. To achieve this goal, the economic aspect of "sustainability" has been considered, incl. environmental sustainability, business sustainability, enterprise sustainability and sustainability in human resource management, and linking to the need for leadership in the context of sustainable development goals. The concept of "sustainable leadership" is described, outlining its main characteristics and emphasizing the role of leaders in the realization of sustainability in the development of modern enterprises.

**Key words:** *leadership, sustainable leadership, sustainability, sustainable development, enterprise.*

### 1. Въведение

Преходът от индустриалната към дигитална епоха и новите тенденции в тяхната организация, управление и развитие, налага отмирането на бюрократичния тип предприятия и засилва необходимостта от справяне с кризата в адаптацията към променящата се външна и вътрешна бизнес среда. Успешното реализиране на Четвъртата индустриална революция (Индустрия 4.0) ще изисква отговорното участие в нея на широк кръг от заинтересовани субекти.

Днес сме изправени пред предизвикателството да предоставим на 7,5 милиарда души достоен живот в рамките на ограниченията на нашата планета. Тъй като корпоративният свят има голямо влияние

върху инструменталната функция на икономиката като цяло, професионалистите и организациите имат отговорността да работят по начини, които да развиват успешно околната среда и общността. Това сигурно изисква много промени в нагласите на компаниите, правителствата и потребителите. От което следва, че устойчиво развитие би следвало да е една от най-важните основни ценности в организациите и сред техните лидери.

Проблемът за лидерството в съвременните предприятия придобива нови измерения в контекста на динамичните икономически, финансови и социални промени, които се утвърждават в началото на XXI век. През последните няколко десетилетия „устойчивост“ (*sustainability*) се превърна в популярна дума, но нейното цялостно въздействие в бизнес среда е все още твърде комплексно и неясно. Лидерите в съвременните предприятия много ясно осъзнават, че сложните стратегически предизвикателства на устойчивостта, са вече част от дневния ред на обществото и техен неизменен ангажи-мент.

За всички предприятия устойчивостта е важна най-малко заради постигането на краткосрочни печалби, които правят възможно функционирането им, и достигането на желано развитие, което да гарантира дългосрочното им оцеляване. Все повече предприятия търсят растеж по устойчив начин. Това е възможно, когато развитието на лидерство създава предпоставки за устойчивост на индивидите, които съставляват организацията.

Тази доклад ще се фокусира върху лидерството като един от многото аспекти на устойчивото развитие и е опит да се даде полезна информация за областите и взаимовръзките, свързани с устойчивото лидерство в предприятията. Въпреки че характеристиките на устойчивото лидерство служат главно като рамка за изследване и подкрепа на ролята на лидерството в организациите, те съдържат визия за капацитета на лидерите за подкрепа и насърчаване на устойчивото развитие за техните предприятия.

## **2. За икономическия аспект на „устойчивостта“**

Идеята за устойчивостта се развива от 1972 година по време на



Първата световна конференция за околната среда и развитие в Стокхолм, Швеция. Организацията на Обединените нации (ООН) взима решение да се сформира независима Международна комисия по околна среда и развитие. Основна задача на тази комисия е да извърши всестранни изследвания и да разработи доклад за състоянието на околната среда в края на ХХ век. През 1987 г. е разработен доклад под наименованието „Нашето общо бъдеще”, в който към икономическия и екологичния аспекти на устойчивото развитие е добавено и човешкото измерение. В т.нар. доклад „Брутланд“, устойчивото развитие се определя, като *„развитие, на нуждите на настоящето, без да отнема възможността на бъдещите поколения да посрещат своите собствени нужди“* (Keeble, 1988, стр.17-19).

Концепцията за устойчиво развитие продължава да еволюира, като се стреми да конкретизира своето съдържание и прецизира своите насоки. Особено впечатление прави икономическия аспект на устойчивото развитие, идентифициращ се с растежа, който е присъщ за неокласическата теория. В свой доклад Зоя Младенова посочва, че неокласиката няма да може да продължи да отговаря на потребностите на концепцията за устойчиво развитие (Младенова, 2016, стр. 297).

### ***2.1. Устойчивост на околната среда***

За последните 30 години са постигнати съществени успехи по отношение на развитието на „зелената“ икономика. Концепцията за устойчивото развитие на практика извежда на преден план проблемите, свързани с природата, обществото и икономиката, и се стреми да предложи работещи решения, посредством открояването на значими връзки и зависимости между тези функциониращи системи.

В ключови цели се превръщат насърчаването на дейности, които допринасят положително за опазването и подобряването на околната среда, като намаляване на отпадъците и рециклиране, енергийна ефективност, повишаване на осведомеността относно устойчивото развитие и провеждане на специални мероприятия,

проекти, извършващи обучение по управление на околната среда и др.

В същото време, множеството законодателни промени и политики за подобряване на устойчивостта на околната среда, повишават разходите за производство, което води след себе си ограничаване на конкурентоспособността на предприятията (Дуранкев и колектив, 2013, стр. 3). За постигане целите на устойчивото развитие е нужен нещо повече от баланс, може би „компромис“, в икономическите, социалните и екологичните сфери на дейност.

## ***2.2. Устойчивост на бизнеса***

Околната среда и бизнеса са тясно свързани. Съвременната бизнес среда се характеризира с несигурност, сложност, изменчивост и непредвидимост. Въпреки че връзката между бизнеса и околната се разглежда широко в много науки, когато говорим за устойчивост на бизнеса - взаимодействието и въздействието с целите на устойчивото развитие остават сложни.

Макар и исторически погледнато, бизнесът е фокусиран главно върху натрупването на печалби. Но в наши дни е необходимо да се отчита екологичната устойчивост и по-широките социални интереси, тъй като това е основата на съвременния успешен бизнес и задължителна предпоставка за неговото по-нататъшно развитие. С други думи, дългосрочният бизнес успех, освен чистата печалба, зависи от способността на една организация да се интегрира хармонично в околната среда и да почувства общественото мнение.

Днешните бизнес лидерите осъзнават, че истинските предизвикателства пред устойчивостта на бизнеса им са важен аспект от развитието на обществото и техен неизменен ангажимент. Устойчивото развитие на бизнеса във времето изисква да се отдели необходимото внимание и ресурс за откриване и усъвършенстване на следващите лидери, които ще продължат да водят организацията напред и да я развиват успешно (Delbourg-Delphis, 2015, стр. 29).

### **2.3. Устойчивост в предприятието**

Технологичната и дигиталната еволюция в световен мащаб водят до неவிжданo увеличаване на конкуренцията между производители, търсене на стабилност и устойчив икономически растеж във времето.

Екологичната и социалната отговорност преминават отвъд границите на съвременните предприятия, като се насочват не само към нуждите на служителите, но и към обществените нужди; с други думи, съвременните предприятия интерпретират устойчивостта в един вече по-широк контекст и искат да бъдат възприемани като устойчива организация, която прилага идеите за устойчивото развитие и служи в полза на обществото.

Според Avery, едно предприятие се счита за „устойчиво“, когато с течение на времето отговаря на следните три условия (Avery, 2016, стр. 21):

- (1) постига силни финансови резултати;
- (2) демонстрира капацитет за преодоляване на социални и икономически трудности;
- (3) поддържа водеща позиция на съответния пазар.

Съществуващата динамика и чести организационни промени в организациите обуславят нуждата от формиране на нови подходи и начини на мислене, които да гарантират вземането на правилни решения и успешно справяне с непредвидените обстоятелства, водещи до настоящи и бъдещи загуби за тях. Ето защо, добрият мениджмънт е онзи, който търси как да изгради и поддържа устойчивост на своя бизнес, независимо от сектора, в който оперира.

### **2.4. Устойчивост в управлението на човешките ресурси**

В условията на комплексните предизвикателства и промени на този VUCA бизнес свят, задачата за осигуряване на трайно конкурентно предимство на човешкия фактор в бизнес организациите става все по-трудно решима. Постигането на екологична и икономическа стабилност в перспективата на устойчивостта чрез предоставяне на равни възможности за реализация

на индивидуалния човешки потенциал. В този смисъл управлението на човешки ресурси също е област, която е предпоставка за устойчиво развитие на предприятията.

В свой доклад Кирил Димитров представя устойчивото конкурентно предимство на човешките ресурси за съвременните бизнес организации, като за целта разкрива същността и структурата на управлението на таланта като съвременен подход за ефективното управление на хора и представя Модел за управлението му. Авторът извежда ценни връзки между дейностите по управление на таланта и устойчивото развитие, като стига до извода, че със сигурност *„намира място в парадигмата на устойчивото развитие“* (Димитров, 2016, стр. 360).

В обобщен план може да се каже, че икономическия аспект на „устойчивостта“ се свързва с - глобалното, националното и местното развитие; баланса между останалите негови аспекти; качеството на продуктите или услугите; създаването на стойност за всички заинтересовани страни на една предприятие; икономическия растеж; управлението и провежданите бизнес стратегии и практики.

### **3. За лидерството и устойчивостта в съвременните предприятия**

Лидерството има доказано съществено влияние върху редица дейности в една организация, но лидерството не е било фокус на научните изследвания в областта на устойчивостта, а само на отделни негови аспекти. Проучването и разбирането за лидерството, и връзката му с устойчивостта, все още е в своите начални етапи (Quinn and Dalton, 2009, стр. 21). Но интересът и значението на лидерството за организациите не спира да се увеличава, разбира се, в резултат на необходимостта организациите непрекъснато подобряват своята работа, за да отговорят на постоянно и бързо променяща се бизнес среда.

Най-често концепцията за устойчиво развитие се използва при анализа и оценката на регионално или местно развитие. И тъй като се смята, че лидерството е важен фактор за постигането на бизнес успех във всяка организация, то е очевидно, че устойчивото развитие на региона не е възможно без устойчивото развитие и

лидерството в определените организации от региона. Също така е вярно, че цялостното представяне на организациите зависи от тяхната ефективност по отношение на резултатите на служителите им; следователно, ръководители и мениджъри, които прилагат принципите на устойчивостта към трудовата дейност на своите служители, служат както на определена организация, така и на обществото.

В специализираната литература по проблемите на мениджмънта и лидерството съществува богато разнообразие от дефиниции, но въпреки това могат да се отличат някои съвременни тенденции, които се наблюдават като общи с темата на доклада.

Според Ferdig, лидерството за устойчивост се разпростира върху всеки, който се стреми към устойчива промяна, независимо от ролята или позицията, и такива лидери могат да се свързват с други, използвайки различни предположения за това как хората работят заедно за създаване на смислена промяна (Ferdig, 2007, стр. 33-34). От което следва, че всеки в дадена организация може потенциално да бъде лидер в даден момент, ако участва в процес на влияние, който включва насърчаване на устойчиви практики.

Интересна съвременна гледна точка представя Марк МакКаслин, който насочва разговорите за капацитета на лидерството, свързвани с разширяването на възможностите на организациите, но вече като „пресечна точка на две сродни области - изграждане на капацитет и устойчиво развитие“. Според него бъдещето ще зависи от способността на индивидите да бъдат генеративни, т.е. способността да се грижат за другите или да разширяват своето битие чрез справяне с предизвикателствата отправени от другите, от себе си или от извършваната дейност. Обобщено той твърди, че „бъдещето е в колективното“ и че „генеративността включва необходимата подкрепа за разцвет на сегашните и бъдещите поколения“. МакКаслин също отчита богатото разнообразие от лидерски теории, модели и подходи, които предлагат различни дефиниции и разбирания за лидерството и лидерите. Той обаче смята, че съвременните теории, като цяло, подкрепят лидерството като съвместни и релационни процеси,

фокусиращи се върху резултатите, които извеждат на преден план общото благо. МакКаслин говори за социално-отговорен капацитет на лидерството в организациите, определяйки го като *„целенасочен, съвместен, базиран на ценностите процес, който води до положителна социална промяна“*. (McCaslin, 2013)

В същото време бизнес организации, които проявят разбиране относно особеностите на лидерството и лидерите за тях, и осъзнават големия потенциал на провежданите политики за лидерско развитие на всички управленски равнища и структурни звена, имат по-добри шансове да успех пред своите конкуренти. Счита се, че *„развитието на лидерство е ценен инструмент за създаване на траен успех за организацията и нейно конкурентно предимство“* и е от съществено значение за нейната конкурентоспособност и корпоративна устойчивост на пазара (Petrie, 2014, стр.10-22).

Следователно, необходимостта от лидерство и лидери в бизнес организациите безспорно е важна част от нейното устойчиво развитие в настояще и бъдеще време. В случай, че липсва ясно разбиране за концептуалното значение на мястото на лидерството и ролята на лидерите в организацията, същите едва ли могат да бъдат надежден обект на обучение и развитие, в т.ч. и по отношение на принципите за устойчиво развитие.

В края на кратката дискусия за устойчивостта и лидерството по-горе, става ясно, че лидерството определено има участие в стремежа към устойчиво развитие на съвременните предприятия.

### **3.1. Устойчиво лидерство**

Според Crews, съвременният икономически климат се характеризира с нарастваща глобална интеграция, свързаност и сложност, което изисква по-цялостна и органично свързана стратегия за лидерството в организациите (Crews, 2010, стр. 20). Идеята за устойчива лидерска стратегия разчита в голяма степен на развиването на организация, която да се научи по-добре, по-бързо и да стане по-гъвкава и адаптивна от своите конкуренти на пазара (Dervitsiotis, 2005, стр 926).

Днес, дискусията за устойчивостта в лидерство обаче се

основава на бизнес дефинициите за устойчивост и става все по-влиятелна в бизнеса. Нов подход, който разглежда лидерството като възможност за подобряване на организационната устойчивост, е концепцията за “устойчивото лидерство” (*sustainable leadership*).

Въз основа на резултатите от малкото научни изследвания, устойчивото лидерство включва етични, социални и отговорни бизнес аспекти, ориентация към стойност на заинтересованите страни, корпоративната социална отговорност и т.н. (Avery, 2005; Slankis, 2006; Jing & Avery, 2008; Avery & Bergsteiner, 2011; Suriyankietkaew & Avery, 2016). Основната цел на устойчивото лидерство е: (1) да ръководи една организация и нейните членове към устойчиво развитие; (2) да осъществява социално отговорна дейност и (3) да използва методите на социално отговорно предприятие.

Основавайки се на принципите на устойчивостта се допуска, че ръководители и мениджъри могат да работят много по-ефективно, като служителите да се включват в тази дейност и чрез съзнателна комуникация и сътрудничество помежду им, както и чрез пълноценно използване на уменията и съвместното вземане на решения, всички те могат да изпълняват същата дейност с нов вид качество и постигане на най-добър резултат, който ще осигури удовлетворение за всички заинтересовани страни. В съответствие с теоретичното изявление, че нито един опит да се подобри ефективността на една организация не ще бъде успешен, освен ако на всеки член не му бъде предоставена възможност да допринесе за неговата дейност, непрекъснато търси начин за устойчиво съчетаване на интересите на една организация, индивида и обществото.

Според Slankis, концепцията за устойчиво лидерство може да позволи на дадена организация да постигне конкурентно предимство и да насочи курса към непрекъснато усъвършенстване. Истинската стойност на устойчивите практики се намира в използването на устойчивостта като сила зад всички нови иновации, технологии или бизнес процеси, които наистина търсят по-добър начин за извършване на всеки бизнес по устойчив начин. Той

представи десет стълба на устойчиво лидерство (Slankis, 2006, стр. 2-4):

1. Промяна на ориентацията - готовност за вътрешни промени в подхода;
2. По-широки системи за мислене - способността на организацията да се свързва;
3. Социално и екологично съзнание - преглед на външната роля на организацията и нейното въздействие;
4. Бизнес умение и доверие - свързване на устойчивостта и стойността на заинтересованите страни;
5. Приспособимост - управление, внедряване и промяна;
6. Търпение - ангажираност в дългосрочен план;
7. Транслиращи умения - мисъл в действията;
8. Персоналност - комуникация и изграждане на взаимоотношения;
9. Енергия и страст - комуникация на визията и насърчаване на иновациите за стимулиране на нововъведенията;
10. Менторство и развитие - ангажимент за издържане на трайно лидерство чрез развитие на хората.

Според Lueneburger и Goleman, лидерите трябва да притежават способността да разбират и преодоляват предизвикателствата или бариерите пред възприемането на устойчивостта. Лидерите, които са в полза на устойчивостта, не само трябва да дават насоки, но също така трябва да разработват и прилагат действия в сътрудничество с други хора, адаптирайки се към непредвидени промени в извънредния живот на околната среда чрез модифициране, когато и където е необходимо (Lueneburger and Goleman, 2010, стр. 44)

Според Suriyankietkaew и Avery, устойчивото лидерство интегрира лидерски и управленски практики и ценности като конкурентен и мотивиран персонал и екипна ориентация, доверие, стратегическо планиране, визия, етично поведение, финансова независимост, екологична и социална отговорност, етично поведение, аспекти на управлението на знанията като споделяне на знания, иновации, качество и т.н. (Suriyankietkaew, Avery, 2016,



стр.13). Може да се твърди, че устойчиви практики, за които е доказано, че водят до дълголетие и производителност в организацията, са идентифицирани и контрастират с преобладаващите вярвания за водещи предприятия.

В Таблица 1 е направен опит за обобщено представяне на характеристиките на устойчивото лидерство, които са забелязани в литературното проучване до момента.

Таблица 1

### Характеристики на устойчивото лидерство

Измерение	Описание
<i>Бизнес визия</i>	Визията е ясна и ориентирана към устойчивостта
<i>Цели за постигане</i>	Ориентирани към дългосрочен напредък
<i>Отговорност</i>	Отговорност за индивида, групата, организацията и обществото
<i>Организационна култура</i>	Силна, ориентирана към устойчивото развитие на организацията
<i>Солидарност</i>	Общи усилия, основаващи се на взаимна помощ
<i>Доверие</i>	Висока степен на доверие и добра воля
<i>Резултати от дейността</i>	Синергия в общите усилия на всички членове
<i>Сътрудничество</i>	Силно застъпено в работните отношения
<i>Ориентация на работата</i>	Съвместна дейност и работа в екип
<i>Концепция за устойчивост</i>	Въз основа на принципите на устойчивостта
<i>Лоялност</i>	Служителите са лоялни, техните нужди са удовлетворени и гарантирани
<i>Личностно развитие на служителите</i>	Всички служители имат възможността да участват в образователни и обучителни инициативи
<i>Професионално развитие на служителите</i>	Провежда се редовно според установените правила

## Дискусия

Идеята за устойчиво лидерство предлага по-скоро холистичен подход към управлението на предприятията с цел балансиране на хората, печалбите и планетата, и насърчаване на дълголетието на организацията чрез доказани управленски практики. В този смисъл, устойчивото лидерство не е лесно приложимо: не зависи само от способността и разпорежданията на техните лидери; важно е да се поддържа постоянно внимание и усилия за търсене на напредък (прогрес). Като съществен проблем се проявява честото „прегаряне“ на лидерите и техните поддръжници, както и момента, в който следващото поколение лидери трябва да заемат управленските позиции, същите не винаги могат да продължат започнатата работа и да запазят постигнатите резултати, т.е. отчита се нарушаване на устойчивостта. Основен проблем продължава да бъде непознаването и/или неефективното използване на практики за развитие на устойчиво лидерство в предприятията.

## Заклучение

Съвременната бизнес среда все повече се сблъсква с предизвикателства, които изискват усилията на един устойчив на промените човешки капитал за управление в предприятията; следователно, лидерската област е поставена пред ново изпитание, затова как да се отговори на нарастващите нужди от експерти по човешки ресурси, които да развиват устойчиви лидери по всички йерархични равнища на предприятията.

Считам, че факторите за устойчиво лидерство неизбежно оказват влияние върху разпространението на устойчивостта. Както бе споменато в доклада, факторите на устойчивото лидерство обхващат различни нива, като се започне от индивидуалното ниво и се проследява чрез нивото на екипа и предприятието, чак до равнището на обществото.

Различните аспекти на устойчивото развитие не са само практически проблеми, които изискват технологични, икономически и политически решения на техните лидери. Не

трябва да се забравя, че устойчивото лидерство притежава необходимия интегративен подход, който може да се научи само когато лидерите и техните поддръжници имат желание да се развиват и бъдат полезни по един устойчив начин както за организацията си, така и за обществото като цяло.

### Използвана литература

1. Димитров, К. (2016) Управление на таланта – важен фактор за устойчивото развитие на съвременните бизнес организации. Икономически предизвикателства: Растеж, дисбаланс, устойчиво развитие, ИК-УНСС, С., с.349-360.

2. Дуранкев, Б., Р. Брусарски, Р. Гечев и колектив (2013) Устойчиво развитие и конкурентоспособност на българската икономика. С. ИК – УНСС

3. Младенова., 3. (2016) Неокласическата теория и устойчивото развитие. Икономически предизвикателства: Растеж, дисбаланс, устойчиво развитие, ИК-УНСС, С., с.292-298.

4. Avery, G. (2005). Leadership for sustainable futures: achieving success in a competitive world. Cheltenham: Edward Elgar, pp.29-38

5. Avery, G.C., Bergsteiner, H. (2011) Sustainable leadership practices for enhancing business resilience and performance. Strategy & Leadership, Vol. 39 No. 3, pp. 5-15.

6. Crews, D. E. (2010). Strategies for implementing sustainability: Five leadership challenges. SAM Advanced Management Journal (07497075), 75(2), 15–21.

7. Delbourg-Delphis, M. (2015) Will You Attract the Leaders of the Future with Moth-eaten Practices? That's Risky Business! //Workforce Solutions Review, 6(4), pp. 27-29.

8. Dervitsiotis, K. N. (2005) Creating conditions to nourish sustainable organizational excellence. Total Quality Management, 16(8–9), 925–943

9. Ferdig, M. (2007) Sustainability Leadership: Co-creating a Sustainable Future, Journal of Change Management, 7(2), 25-35.

10. Hargreaves, A. and Fink, D. (2006) Sustainable Leadership. San Francisco: Jossey-Bass.

11. Jing, F. F. and Avery, G. C. (2008) Missing Links in Understanding the Relationship between Leadership and Organizational Performance, *International Business and Economics Research Journal*, 7(5), 67-78.
12. Keeble, B. R. (1988). The Brundtland report: 'Our common future'. *Medicine and War*, 4(1), 17-25.
13. Lueneburger, C. and Goleman, D. (2010) The Change leadership sustainability Demands, *MIT Sloan Management Review*, 51(4), 48-55.
14. McCaslin, M. (2013) Transforming Capacity Building and Sustainability into Generativity. //Integral Leadership Review. Available at - <http://integralleadershipreview.com/8699-transforming-capacity-building-and-sustainability-into-generativity/> [accessed on: 03.11.2017]
15. Petrie, N. (2014) Future Trends in Leadership Development. CCL. White Paper, Available at - <http://insights.ccl.org>.
16. Quinn, L. and Dalton, M. (2009) Leading for sustainability: Implementing the task of leadership, *Corporate Governance*, 9(1), 21-38.
17. Slankis, E. (2006). Sustainable thinking, sustainable leadership-the new E.Q. Leadership, 2006.
18. Suriyankietkaew, S. Avery, G. (2016) Sustainable leadership practices driving financial performance: empirical evidence from Thai SMEs, *Sustainability* 8(4): 1-14

**Секция**

**ИКОНОМИЧЕСКИ ПРОБЛЕМИ  
И БЛАГОСЪСТОЯНИЕ**



# ДЕТЕРМИНАНТИТЕ В УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ФИНАНСОВИЯ КОНТРОЛ

*Евгений Стоянов*

## DETERMINANTS IN IMPROVEMENT OF FINANCIAL CONTROL

*Evgeniy Stoyanov*

### Abstract

The paper focuses on the environment in which financial control is developed and perfected. This broad and stretch-like concept acquires logical specificity, and on this occasion a decomposition of the environment from the outside is realized. The analysis provides the opportunity to identify and recognize as key those specific characteristics that predetermine the formation and structuring of financial control in the familiar form and in form and content. The purpose of the exhibition is to present financial control as an element of the socio-economic system aimed at measurement and controlled management of changes in the process of social improvement.

**Key words:** *environment, conflict-generosity, organizational architecture.*

### Въведение

Контролът е почти невъзможно да бъде възприет като явление, породено от случайното стечение на обстоятелства. Самата му употреба е още по-трудно да бъде възприемана като рецидив или спорадична проява. Анализите доказват, че той – контролът, е осъзната социална необходимост. Различните социални потребности и обществено-политическата ситуация предопределят формата и вида контрол за своето удовлетворяване. Има обаче едно условие, без което не може да се говори за реализация на потребности и развитие на идеята за контрол, а именно контролната среда. Преди критичния преглед е редно да се уточни, че това понятие се използва като обобщаваща категория, различна от конкретната функционална ангажираност в системата за вътрешен

контрол, включваща социални условия за пораждање и развитие на контрола като критично обществено отношение и нормативно регламентираната организационно-интелектуалната среда на контрола, предполагаща възприемането му като основна управленска функция.

Мненията за разглежданото понятие е нормално да бъдат твърде широки, поради факта, че предхождащото го понятие общество е твърде неопределено. Изхождайки от това, че финансовият контрол е конкретна и целенасочена социално обоснована дейност, е редно да се уточни, че неговото структуриране и институционализиране предполагат и конкретна организираност от страна на самото общество. В този контекст може би е удачно като по-масабна част от обществото да се възприеме държавата, а като основна градивна част, свързана с контрола и като обект, и като субект, конкретната организация. В този контекст може да се добави, че като междинно звено между двата субекта е отредено място и роля на регионите, тълкувани като административен проводник, координиращ в определена степен контролните функции и политика на държавата от една страна, но от друга, като организиран, информационен канал за получаване на данни, чрез който в системата на контрола биха настъпили адекватни на нуждите проблеми.

Оттук контролната среда по-обобщено е олицетворявана с разпределението на правомощията в структурата, с правата и компетенциите на управителните и контролните органи, с прилаганата философия и норми на управление и др., но в по-конкретен смисъл от гледна точка на финансово-контролната дейност и нейната специфика би могла да се отъждестви с организирана съвкупност от предпоставки предимно с организационна обоснованост, контролни средства и източници на информация, предопределяща контролния процес.

### **Характеристики и предпоставки за реализация на контролната дейност**

Обективно анализът на финансовия контрол дава достатъчно



сведения, че това е социален феномен с богата история, контролирано развитие и целесъобразно бъдеще. В този контекст ретроспекцията на последните два века дава информация за тенденциите на обществено-икономическо развитие и проявилите се и сработили социални механизми, които са предпоставили и вменили на финансовия контрол неговия характер и функционалност.

За последните 200 години от еволюцията на човешкия род, и по-конкретно от генезиса на индустриалното общество, в икономиката на много страни са протичали и продължават да протичат кризи. В тези моменти като характерни, развиващи се тенденции в стопанския живот могат да бъдат споменати критично повишаващ се спад в производството, драстично растящ обем нереализирани стоки на пазара, сривове в ценовите равнища, крушение на системите за планиране и разчет, крах на банки, банкоподобни системи и институции, масови банкрути на промишлени и търговски организации, повишаване на нивата на безработица.

Специализираните литературни източници разглеждат понятието икономически кризис принципно като „нарушаване на равновесието в основния икономически механизъм“ (Аляков и др., 1993, с. 188). Еволюцията на човешкото общество е най-доброто доказателство, че кризите съпровождат цялата му история, като провокират неговото усъвършенстване. В началните периоди още в самото възникване по същество кризите се проявяват като спад в производството на селскостопанска продукция, но от средата на XIX век техният механизъм се свързва с нарушаване на равновесието между промишленото производство и платежоспособното търсене.

Въпреки че за последните години научната мисъл и определени водещи бизнес кръгове работят по създаването на антикризисни модели и програми, обосновани от добре регулирани икономически процеси, относително балансирана глобална финансова система и провеждането на постоянен мониторинг, историята на световните катаклизми доказва, че кризите не могат да

бъдат предвидени и заобиколени, но съобразно своята цикличност – очаквани.

Критичният преглед на процеса по развитието и усъвършенстването на социално-икономическите отношения от средата на XX век до наши дни диференцира някои важни тенденции (Стоянов, 2017, с. 36): Първо, организационната активност се насочва към непрекъснато оптимизиране и скъсяване на връзките с потребителите. Второ, продължителността на жизнения цикъл на продуктите се минимизира в сравнение с предшестващите десетилетия. Трето, повишава се качеството при оптимизиране на себестойността. Четвърто, планирането и реализацията на готовата продукция са израз на идеологията за пълно удовлетворяване на потребителското търсене.

Освен споменатите характеристики отличителна черта на съвременната икономика са интензивните процеси по интеграция на участниците на пазара. Преструктурирането на компаниите, вълните от сливания и поглъщания, срастването на промишления и финансовия капитал, концентрацията, специализацията, диверсификацията, кооперирането и интернационализацията са резултат от тези процеси. Вследствие на това непрекъснато расте броят на корпорациите, обединенията, холдингите, конгломератите, консорциумите, финансово-промишлените групи и стратегическите алианси. развитието на интернет технологиите и разработката на платформи за електронен бизнес служат като катализатор за тези интеграционни процеси.

При тези обстоятелства съвсем естествено е, когато се обсъжда финансовият контрол и неговите изяви за контролна среда, да се говори и в широк, социален и в тясноорганизационен план. Различията и дефинирането произхождат от това, че в обществото нормите за поведение имат изключително голям диапазон, докато при организационните структури дори и адхократичното поведение е подчинено на относително условни норми.

Като съществена част от контролната среда се налагат определени социално значими предпоставки. Това са реално съществуващи обществени явления, протичащи процеси и

условията, които ги пораждат. По тази причина те постоянно се променят, като този процес е релевантен на зрелостта на обществено развитие. Като такива могат да бъдат припознати: наличие на определено законодателство, протичане на управленски процеси, съхраняване на целостта на системата, поддържане на енергиен баланс при управлението, координиране на обществени интереси и развитие на отрицателни социално-икономически явления.

Като основна предпоставка и отправна точка за реализация на контролната дейност може да се посочи наличието на определена законодателна база. Институционализирането на контролната дейност е резултат целенасоченото римско законодателство. Въз основа на усъвършенстването на законите през вековете се е развило и следенето върху спазването на определени социалнообосновани норми на поведение. Именно по тази причина законът се тълкува като строго определена норма на поведение, който посочва конкретни действия за спазване на това поведение, но същевременно предписва и санкции при нормативни нарушения, в зависимост от регистрираните резултати. В този смисъл нуждата да се установят вид и размер на нарушението като последици за обществото поражда нуждата от определен контрол.

Нарушаването на законите води до промени в поведението на личността и това провокира извършването на разнородни антиобществени прояви. Независимо от своя характер те предизвикват отрицателни последици за обществото. В особена степен това важи за нарушенията на финансовите правила и общоприети норми. От появата на държавата и парите нарушаването на финансовите и икономическите закони се извършва с цел отклонение на средства. Резултатът винаги е един и същ – недостиг на средства за задоволяване на държавни и обществени потребности.

Най-общо може да се каже, че контролът е резултат и от действащото законодателство. Той осъществява реализацията и по този начин подпомага поддържането на реда в държавата, включително и в икономическите структури. Проявяващите се

негативни икономически явления са достатъчно основание да се счита, че без контрол няма възможност за въвеждане на корективи в поведението и санкции. По тази причина е основателно да се твърди, че контролът е неизменен атрибут на държавната власт и на притежателите на капитал.

Втората предпоставка – протичането на управленски процеси, е твърде съществена като доказателство за необходимостта от контролна дейност. Основанията са няколко: Първо, контролът е основна функция на управлението. Второ, без контрол е немислима целостта на управленския процес. Трето, независимо че контролът е част от управленския процес, той обслужва управленската дейност като затваря цикъла на управление. Четвърто, липсата на контрол предопределя настъпването на анархия във всяка управленска система.

Казаното налага мнението, че всяко управление предопределя наличие на контрол и обособяването на контролна система, способстваща за реализацията на поставените цели. В този контекст управленският процес предполага контрол, а той от своя страна осигурява неговото протичане във времето и пространството.

Като трета предпоставка се възприема съхраняването целостта на системата. В понятието „цялост на системата“ е заложено съдържанието на понятието „хомеостазис“ и най-общо обяснението е, че всяка система притежава уникална структура и целева идентичност. Всяко нарушаване на структурата провокира невъзможност да се реализира целевата функция. В тази посока именно контролът оказва влияние върху причините и условията, водещи до промяна в структурата, а оттам и върху целостта на управляваната система.

Поддържането на енергиен баланс в управлението е още една съществена предпоставка за развитие на контролната дейност. Макар на пръв поглед тази предпоставка да звучи доста абстрактно, тълкуването се възприема в смисъл на ограничаване на ентропийните процеси в управлението. За нормалното функциониране на всяка система е нужна определен вид енергия, поддържаща нейната цялост и характерна жизнеспособност. В

социално-икономическия живот като такава енергия се възприемат всички видове и форми ресурси. Възприемането на ресурсите като особен вид енергия вменяват на контрола функцията на своеобразен енергиен регулатор или всяко контролно въздействие е акт с определен антиентропиен характер (Николов, 1971, с. 144-145).

Интересът може да се определи като осъзната потребност, към която се стреми дадена страна за своето развитие в определен период. Този, който е формулирал интереса, структурира и начина за неговата реализация. Един от начините е контролният процес. По тази причина се счита, че интересите предопределят необходимостта от контрол. Това е принципно положение в усъвършенстването на всяка обществено-политическа формация. Намиращите се в основата на всяка контролна дейност интереси създават предпоставки контролните системи да структурират определени модели на съобразено с интересите поведение.

Развитието на отрицателни социално-икономически явления е важна предпоставка за развитие на контрола. Въпросните явления са материален израз на регистрираните отклонения от обществено наложените норми на поведение. От научна гледна точка отклоняващото (девиантно) се поведение може да се счита като сигурен симптом за разминаване между зададени цели и способите за тяхното достигане (Merton, 1968, p.188). Тези рецидиви с негативен характер провокират създаване на структури и предприемане на целенасочени действия за ограничаване и строг контрол върху предпоставки и условия, които пораждат отклонения от възприетите норми и правила за поведение. Процесът е двустранен – от една страна, отклоненията, възприемани като нарушения на общоприетите норми, стават все по-разнообразни по форма и характер, а от друга страна, нуждата от контрол става все по-осезаема и предизвиква разширяване на границите на неговия обхват и възможностите за корективно въздействие.

Интеграционните процеси предизвикват съществени изменения както в организационното поведение, така и във вътрешната структура на компаниите (Стоянов, 2009, с. 75). Задълбочаването на тези тенденции и подсказани алтернативи

генерират извода, че е „организационно развитие е немислимо без оптимизирането на организационните процеси и дейности, максимизирането на всички разходи и прецизирането на пазарната активност“ (Върбанов и др., 2009, с. 19), което от своя страна доказва преосмисляне на финансовата функция на съвременната организация и сериозните промени, които са наложително да настъпят в отчетността и контрола.

Спорен е въпросът дали финансовата функция е водеща и най-важна, но фокусът на общественото внимание върху тази особена организационна функционалност е оправдан най-вече от възможността по финансов път оптимално точно да се метрифицира преобладаващата част от заявените намерения и претенции на заинтересованите страни. „Възприема се, че финансовата функция е логически организирана съвкупност от процеси, подчинени на технологична обосновка, които: способстват за получаване на отговори чрез финансов анализ; управляват приходно-разходната част; проследяват промените във финансовата наличност; регулират движението на парични потоци; контролират условията на финансиране; осъществяват финансов анализ на проекти и инвестиции; формират бюджет и бюджетна политика; регистрират всяка операция и разпределят правомерно заработеното“ (Стоянов, 2012, с. 106).

Като основна роля на финансовата функция може да се посочи балансираната оптимизация при използването на ресурси. По този повод е целесъобразно: организиране на ефективност процеси, резултати и стратегия; създаване на целесъобразно функционална структура; обвързване на всяка операция с персонална отговорност; организиране на връзка между резултати и възнаграждения, както и реинженеринг на идеята за уещцата се организация.

При анализ на ефективността на съществуващата финансова функция или при създаване на нова такава традиционно възникват ключови въпроси свързани с нейната роля, начина на измерване, модела за оптималност и мястото на поетата отговорност. Добре конструираната финансова функция е задължително условие за успешно развитие. Критичният поглед върху финансово обоснова-

ната функционалност на организацията дава представа, че като индикатори за липса на ефективност могат да бъдат посочени няколко индикатора: липса на систематизирана и достоверна информация за финансовото състояние; нереалната калкулация; липсата на баланс между приходи и разходи и безотговорното отношение към инфлационни и други процеси, протичащи във външната среда.

Тълкуването за поведението на споменатите индикатори намира пряко отражение върху развитието на организационните процеси, но и провокира усилена работа по създаване на оптимизационни модели в тази посока, като принципно отношението между качество на продукцията и качеството на организационните процеси се трансформират в реална стратегия за организационно развитие и база за преосмисляне на новата финансова функция.

В общ план при структурирането на инвестиционния процес в отсъствието на ефективна финансова функция трудно се привличат средства. Състоянието на финансовата функция има ключова роля за формиране на интерес от страна на инвеститори и изграждане на впечатление за устойчив климат.

По отношение на данъчното поведение отговорно може да се твърди, че лошо организираният документооборот е доказателство за неработеща финансова функция. Това рефлектира в създаването на лош социален и кредитен имидж и налагането на финансови санкции.

В процеса по управление на ръста и устойчивото развитие без персонафициране на отговорност и строг контрол обикновено финансовата функция се разпада или предизвиква тежки сътресения. При споделените обстоятелства е напълно естествено финансовата функция на съвременната организация да се реорганизира. Промяната е процесно ориентирана.

Изграждането и усавършенстването на организационната структура, релевантни на протичащи основни процеси, се реализира по ред причини, а именно: процесите, а не функциите определят характера на дейността; процесите, възприемани в организирана

съвкупност, предоставят условия за завършване на операциите; усъвършенстването на процесите с течение на времето не става стремително като промените в структурата на другите ресурси; основополагащите процеси продължават да се реализират и след прекратяване на дейността дори и на ключови мениджъри; целият работещ персонал усеща ограничения, произтичащи от липсата на оптималност дори в един процес. В този ред на мисли включително и финансовият процес, а не функцията е редно да бъде ангажиран със създаването на продукта или услугата при оптимална адекватност на тенденции и регистрирани сигнали. Всички необходими процеси е естествено да се ревизират и реорганизируют при всяко преструктуриране на финансовите служби. Процесите се явяват като фактор в усъвършенстване на организационната ефективност, регулатор при разпределяне на отговорността и балансиращ механизъм за конфликт на интереси.

Въпреки че процесно ориентираният подход за анализ на организационното развитие е значим, универсален и много разпространен, промените в икономическата действителност налагат и друг тип механизъм за организационно усъвършенстване. Фокусът на организационно оптимизиране се измества от основополагащите процеси към заявената стратегия. Утвърждаването на новата стратегически ориентирана организация е предпоставено от две особености. Първо, финансовото измерване не може да формира цялостна представа за организационното състояние и потенциал. Второ, „нематериалните фактори на организационен успех придобиват критериално значение“ (Симеонов и Ламбовска, 2011, с. 233).

Макар че няма модерна организация, при която да не протичат процеси, и на тази база да се създава стратегия, е редно да се уточни, че по този признак съобразно механизмите на организационно развитие, може би е по-удачно да се дефинират два типа финансова функция: традиционна – процесноориентирана и модерна – стратегическа. Анализът на традиционното разбиране за финансова функционалност разкрива, че структурирането е осъществено от обединяване на четири основни цикъла по разходи,



производство, доходи и на финансиране.

От организационна гледна точка дейността на всяка производствена структура може да се анализира на тази база, т.е. елементите на финансовата функция присъстват във всичките четири споменати цикли. Най-общо финансовата функция се възприема като съвкупност от всички процеси, които са свързани с генерирането на доходи и извършването на разходи.

От управленска гледна точка финансовата функция обосновава присъствието и дейността на вътрешноорганизационна финансово-контролна система, чиито субект е финансово-счетоводния отдел и в неговите правомощия основна част заема контролът върху регистрираната при отчитане ефективност на паричните потоци. В структурата на модерната финансова функция освен традиционния състав се наблюдава осезаемо присъствие на нови и различни по характер фактори на организационен успех. В периода след 90. година почти всяка организация може да интерпретира реалната си стойност само като мобилизира и своите нематериални активи.

Освен споменатите и обособени чисто вътрешни предпоставки за развитието на финансовия контрол е редно да се отбележи, че всяка организация възприема сигналите, изпратени от обществото, като съобразно своя капацитет генерира релевантна реакция. По принцип всички социалнозначими процеси оказват влияние върху различните организационни структури, като намират отражение в тяхното поведение, макар и в различна насока и степен. В този ред на мисли споменатите в предходната част предпоставки, свързани с контрола, намират отзвук и своеобразно проектиране във всяко организационно развитие. Към тях като по-различни в чисто организационен план могат да бъдат добавени: организационна архитектура и нивото на конфликтогенност.

Важна предпоставка за ефективното организационно функциониране е организационният дизайн. По своята същност това е формалното архитектурно решение за материализирането на една съществена идея. Всички процеси, които осмислят нейната реализация, биват структурирани и организирани, или това е социалнообоснован метод, чрез който трудовите процеси отначало

се разбиват на отделни дейности, а след това достигат целесъобразна координация. Структурните елементи се подбират така, че създават висока хомогенност помежду си и формално съответствие за организационната ситуация и развитие (Mintzberg, 2000, р. 283). Съобразно целите се изгражда и организационната структура.

Като резултат от добро управление на спомената хомогенност се създават координационни и регулаторни механизми, които предопределят единството и целостта на организацията и възможността за достигане на поставените цели. Един от тези механизми е бюрокрацията. Най-общо това е метод за правомерно разпределение на правомощията, създадени на базата на употребата на властовия ресурс от страна на управлението. Една от най-разпространените ѝ разновидности е механичната бюрокрация. Механичната бюрокрация се характеризира с преимуществено еднообразие на производствените процеси и операциите, множество правила в комуникационната система, висока централизация при вземане на решения и силно развита административна структура. Всичко това дава основание да се счита, че тази структура оптимално възприема контролното въздействие. Поради това че описаната структура трудно би позволила прояви на неопределеност в нечие поведение, определено може да се направи изводът, че на организационно ниво изграждането на целесъобразна структура е твърде значима предпоставка за развитие на контрола.

Високата конфликтногенност е често срещано явление в съвременната социална действителност и развитието на системите. Разглеждана като уникална система, всяка организация притежава неповторима индивидуалност. Взаимодействието на структурните ѝ елементи притежава конкретна целенасоченост и се подчинява на постигането на определен полезен резултат в тесен смисъл, а в по-широк запазване и усъвършенстване на зададените основни качества. Съгласно системния анализ и принципа на обратна връзка, ако системата достига полезен за себе си резултат, то тогава възниква положителна обратна връзка, която подчертава устойчивото поведение на системата в избраната насока (Стоянов,

2017, с. 133). Както положителната, така и отрицателната обратна връзка могат да окажат различно въздействие върху функционирането на системата. И в двата случая те не бива да се възприемат в абсолютен смисъл (Анохин, 1978, с. 98). По-същественото е, че и в двата случая обратните връзки саморегулират организационното поведение и така системата „научава“ за целесъобразността и ефективността от проявите на своето поведение.

В най-общ смисъл може да се каже, че на положителната обратна връзка в социално-общественото развитие се дължи запазването и интеграцията на признаците (качествата), а на отрицателната – техните изменения и диференциация. По тази логика, ако отрицателната обратна връзка достигне границите, където системата не е способна да игнорира или противодейства на увеличаващата се диференциация и несъвместимостта на своите елементи, без да се променят радикално техните качества, т.е. не е способна да запази единството на своите елементи и целостта на системата в границите на предишната форма на съществуване, се появява ново състояние, носещо характеристиките на конфликт.

Преобладаващата част от конфликтите, възникващи в социалните системи и притежаващи характеристиките на организации, могат да се дефинират като функционални. Регистрирането на ескалиращо напрежение може да бъде случайно или следствие на недостатъчното осъзнаване на реалните граници на правомощия и свързаната с тях роля. Конфликтна ситуация е промяна на установеното равновесно състояние в системата, в следствие на отклоняващо се поведение на определен структурен елемент, главно в психо-физиологичен или в социално-професионален план. Именно наличието на конфликти като резултат от отклоняващо се поведение доказват, че съществуват условия за това и налагат извода, че присъствието на висока конфликтост е съществена предпоставка за развитие на контрола във всяка система, включително и в социалната.

## Заклучение

Изложеното по-горе дава възможност да се изкаже обоснованият извод, че социално-икономическата система като цяло има осъзната нужда от активното присъствие на финансов контрол в процеса на своето усъвършенстване. Реално неговата роля и място придобиват още по-висока тежест поради присъщата му функционалност, насочена към регулиране на поведението на активно работещите в публичното пространство икономически субекти. Неговото осезаемо присъствие се превръща в превенция срещу проявите на отклоняващо се социално безполезно поведение и гаранция за игнориране на остатъците от поредната финансово-икономическа криза. В допълнение регионалното управление повишава ефекта от контрол до ниво организация и същевременно се проявява като ефективно отрицателна обратна връзка, предизвикваща адекватни промени от страна на държавата. Създаването на максимална плътност между държава, региони и организации повишава нивото на критичност в контролните отношения, отчитайки спецификата на народопсихологията и присъствието на формалните и неформални институции. Именно така финансовият контрол би оптимизирал своята ефективност и би предоставил на обществото увереност, че той е активна страна в опазване на обществените интереси и в развитието на финансовата безопасност.

## Използвана литература

1. Аляков, В., Тр. Спасов, В. Трифонова, Г. Касабов. Речник по икономикс. Т.1, Люрен, С., 1993.
2. Анохин, П. Избранные труды, Философские аспекты теории функционирования системы. М., 1978.
3. Върбанов, Р. и колектив. Информационни технологии в бизнеса. Велико Търново: Фабер, 2009.
4. Николов, Ив. Кибернетика и икономика. С., НИ, 1971.
5. Симеонов, О., М. Ламбовска. Системи за управленски контрол. София: Екс-прес, 2011.
6. Стоянов, Е. Актуализиране на финансовите функции на

съвременната организация. Юбилейна научна конференция на Икономически университет – Варна, 2012.

7. Стоянов, Е. Сборник лекции по финансов контрол. Бургас: Либра скорп, 2017.

8. Стоянов, Е. Системи за управленски контрол. Бургас: Либра скорп, 2009.

9. Стоянов, Е. Теория на контрола. Бургас: Либра скорп, 2017.

10. Merton R., Theory and Social Structure, NY, 1968.

11. Mintzberg, H., Structure in Fives, NY, PHI, 2000.

# ИЗМЕРВАНЕ НА РИСК КОРИГИРАНАТА ВЪЗВРЪЩАЕМОСТ ПРИ ФОНДОВЕТЕ ЗА ДОБРОВОЛНО ПЕНСИОННО ОСИГУРЯВАНЕ В БЪЛГАРИЯ

*Георги Георгиев, Николина Марева*

## MEASURING RISK-ADJUSTED RETURN OF BULGARIAN VOLUNTUARY PENSION FUNDS

*Georgi Georgiev, Nikolina Mareva*

### Abstract

The purpose of presented manuscript is to evaluate and ranks the Bulgarian voluntary pension funds in the term risk-adjusted return. The segment of voluntary pension funds is chosen because exactly here financial managers make significant efforts in the management of their portfolios and the competition in the sector is realized to the greatest extent. Risk-adjusted returns are calculated using the indicators as: Sharp coefficient, Treynor coefficient, RAROC with VaR framework, Sortino coefficient and Omega.

**Key words:** *pension funds, portfolio evaluation, Sharpe ratio, Treynor ratio, Jensen ratio, RAROC with VaR Sortino ratio.*

Допълнителното доброволно пенсионно осигуряване в България е изградено на капиталов принцип с дефинирани вноски (defined contribution). Характеризира се с поддържане на индивидуална партида за всяко осигурено лице, по която се натрупват направените от него осигурителни вноски (еднократни и/или периодични), както и доходът от тяхното управление и инвестиране. Доброволните пенсионни фондове изграждат третия стълб от българската пенсионна система. Участието в тях има доброволен характер. Всяко лице, навършило 16 години, може да се осигурява доброволно или да бъде осигурявано в доброволен пенсионен фонд. Според Кодекса за социално осигуряване осигуряването в доброволен фонд дава право на: лична пенсия за старост; лична пенсия за инвалидност, наследствена пенсия или еднократно или разсрочено изплащане на натрупаната сума в

индивидуалната сметка на лицето. При инвестирането на активите фондовете за допълнително доброволно пенсионно осигуряване са длъжни да спазват принципите на надеждност, ликвидност, доходност и диверсификация. Предвид социалния характер на тези фондове, те следва да управляват активите в портфейлите си при сравнително ниска степен на пазарен риск и да постигат такова равнище на доходност, при което не само се запазва, но и нараства покупателната способност на средствата по индивидуалните партии на участниците в тях. Важен момент от това управление е анализът и оценката инвестиционните резултати. Обект на доклада са инвестиционните портфейли на фондовете за допълнително доброволно пенсионно осигуряване в България. Целта е да бъде направена оценка и класификация на българските доброволни пенсионни фондове според риск-коригираната им възвръщаемост. Избран е сегмента на доброволните пенсионни фондове, тъй като той е по-либерално регулиран и портфейлните мениджъри имат по-голяма свобода да проявяват умения при управлението на инвестиционните портфейли.

Представеният научен доклад представлява част от серия публикации, посветени на оценка и анализ на пазарната дейност на българските пенсионни фондове в България за периода от последната финансовата криза до днес<sup>1</sup>. Настоящият доклад се концентрира върху изследване на постигнатата риск коригираната възвръщаемост от българските доброволните пенсионни фондове за периода януари 2009 г. – юни 2017 г. Използваните данни за динамиката в цените на дяловете на доброволните пенсионни фондове са на месечна база и са свалени от официалната уеб страница на Комисията по финансов контрол<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Mareva N. and G.Georgiev\_Measuring Bulgarian Pension Funds Investment Performance by Risk-Adjusted Metrics, International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congresses Series-Edirne/TURKEY March 4-5, 2017 ; Georgiev G. and N. Mareva, Risk-adjusted performance ranking of Bulgarian pension funds, IBANESS Congress Series – Kirklareli, September 23-24, 2017.

<sup>2</sup> <http://www4.fsc.bg/units.asp>

## Преглед на литературата и методология на изследването

Оценката на инвестиционното представяне е основен въпрос във финансовата теория и практика. Анализът на постигнатите инвестиционни резултати е ключов момент от анализа на ефективността на всяка една инвестиция. Този анализ може да бъде направен в различни направления. Във финансовата теория и практика се използват различни риск базирани показатели за оценка на постигнатата доходност. Първите измерители на доходността в зависимост от поетия риск са съотношенията на Treynor и Sharpe (Treynor, 1965; Sharpe, 1966;). Jensen въвежда мярка за допълнителната доходност на портфейла, постигната над доходността на оценявания портфейл, известна като "Jensen's alpha" (Jensen, 1968). Тази алфа измерва разликата между реализираната и очакваната възвръщаемост на актива съгласно Модела за оценка на капиталовите активи (CAPM), (Sharpe, 1964; Lintner, 1965). Beebower и Bergstrom (1977) са сред първите, които са оценили инвестиционните резултатите на американските пенсионни фондове в рамките на модела за оценка на капиталовите активи. Въпреки това, нереалистичният характер на предположенията на CAPM предизвика дискусия за валидността и полезността на модела (Jensen et al., 1972, Modigliani and Pogue, 1974, Blume and Friend, 1975). В отговор на множеството въпроси е разработен друг модел, базиран на Арбитражната ценова теория (APT), при който доходността може да бъде обяснена с някои макроикономически фактори (Ross, 1978; Roll and Ross, 1980). През 1996 г Fama and French предлагат факторен модел, в който показват, че възвръщаемостта на акциите може да се обясни с три фактора: възвръщаемостта на пазара, големината на дружеството и съотношението на пазарната към счетоводната стойност на дружеството. Този модел доразвива CAPM (Fama and French, 1996), но неговата методология въпреки това е критикувана (Ferson et al., 1999). През 1994 г. Sortino за първи път предлага измерител за оценка на портфейлното изпълнение, базиран на използването на асиметричен рисков измерител – полустандартното отклонение. По този начин Sortino показателят се счита за по-точен, отчитайки



асиметричната природа на риска.

Всички посочени по-горе изследвания по темата засягат представянето на инвестиционните и пенсионните фондове на развитите финансови пазари. Що се отнася до оценяване на ефективността на пенсионните фондове в България изследванията на българската академична общност са ограничени. Някои от последните изследвания акцентират върху тенденциите и възможностите за повишаване ефективността на капиталовите пенсионни схеми в България (С. Димитров, 2014). Данева (2016) изследва практиката по пазарното управление на активите на пенсионните фондове в България за периода 2001-2015 година и прави преглед на резултатите от възприетите в отделни държави надзорни практики за риск базиран надзор върху капиталовите пенсионни схеми. В своята статия „Регулиране и наблюдение на инвестиционния риск при пенсионните фондове“ Ж. Милев (2012) прави извод, че правилното регулиране на инвестиционните рискове при фондовете за допълнително пенсионно осигуряване е определящо за успеха на капиталовата пенсионна система. В литературата, обаче, липсва задълбочено емпирично изследване на аспектите на управлението на инвестиционните портфейли на доброволните пенсионни фондове, свързани с постигнатата доходност и ниво на пазарен риск. На база на подобно измерването на портфейлното представяне могат да бъдат определени фондовете, които се открояват от общите резултати и да бъдат анализирани причините за това.

### **Показатели за измерване на риск-коригираната възвръщаемост на доброволните пенсионни фондове**

За настоящото изследване са използвани данни за месечното изменение на стойността на дяловете на 9-те български доброволни фонда за периода от януари 2009 до юни 2017 г. На база на тези данни е изчислена постигнатата доходност от управлението на портфейлите на фондовете като непрекъсната възвръщаемост.

#### *Измерване на доходността*

Доходността на фондовете може да бъде изчислявана за

различни периоди, за целите на това изследване е изчислена месечна доходност по формулата:

$$r = \ln\left(\frac{U_1}{U_0}\right),$$

където:  $r$ - номинална доходност;

$U_1$ - стойност на един дял в края на месеца

$U_0$ - стойност на един дял в края на предходния месец

Друг показател за измерване на възвръщаемостта, използван при анализа на инвестиционното представяне е допълнителната доходност, реализирана над определена безрискова норма на доходност. Безрисковата доходност (**Risk-free rate**) обикновено е лихвен процент, които може да се получи при инвестиране в безрисков актив. В практиката много често за безрискова норма се приема лихвен процент по срочни депозити или индекси създадени на такава база (EONIA, LEONIA). Показателят, които се използва при анализа е разлика между реализираната доходност и безрисковата доходност или друга минимална изискуема норма на доходност (MAR). В нашето изследване за безрискова норма на възвръщаемост е приета стойността на индекса LEONIA<sup>3</sup>. За да бъде определена общата тенденция в доходността от инвестиране на активите на пенсионните фондове за периода на изследване е използвана средноаритметичната стойност на доходността за периода на месечна база.

#### *Измерване на пазарния риск*

Дефинирането и измерването на доходността не може да бъде коректно без отчитане на риска. Традиционно инвестиционната теория асоциира инвестиционния риск с отклонението на действителната от очакваната норма на възвръщаемост. Най-общия измерител на пазарния риск е стандартното отклонение на възвръщаемостта, но поради своите характеристики, има някои недостатъци. Те се преодоляват в значителна степен при полустандартното отклонение.

---

<sup>3</sup> Справочен индекс на сключените и изпълнените сделки с депозити овърнайт в български левове на междубанковия пазар, <http://www.bnb.bg/Statistics/StBIRAndIndices/StBILeoniarReferenceRate/index.htm>

Полустандартно отклонение (target downside deviation) се изчислява по следния начин:

$$TDD = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \min(0; r_i - \mathbf{MAR})^2},$$

където: TDD е полустандартното отклонение (target downside deviation);

MAR – целева възвръщаемост; n – всички регистрирани в извадката възвръщаемости (включително положителните).

#### *Риск базирани показатели за портфейлно представяне*

Самостоятелния анализ на доходността може да разкрие само част от картината и не винаги да представи нещата вярно. Ето защо оценката на инвестиционните портфейли трябва да става чрез коригиране на постигнатата доходност с нивото на поетия риск. За тази цел пенсионните дружества при анализа на инвестиционната си дейност могат да използват традиционни показатели от класическата портфейлна теория като: коефициент на Шарп, коефициент на Трейнър, алфа на Йенсен,  $M^2$ , така и представители на Постмодерната портфейлна теория като: RAROC with VaR framework, коефициент на Сортино, Омега и др.

Коефициентите на Шарп и Трейнър са исторически първите измерители на риск-коригираната доходност. Индексът на Трейнър представлява съотношение на постигнатата рискова премия и систематичния риск на портфейла, измерен чрез неговия бета-коефициент и се изчислява по следния начин:

$$Tr = \frac{r_p - r_f}{\beta_p},$$

където:  $r_p$  е средна норма на възвръщаемост на инвестиционния портфейл,

$r_f$  – норма на възвръщаемост на безрисковия актив,

$\beta$  на портфейла се дефинира като:  $\beta = \frac{COV(r_p, r_m)}{\sigma^2}$ ,

$r_m$  е възвръщаемостта на пазарния индекс

Година по-късно Sharpe също предлага коефициент, който измерва реализираната възвръщаемост над безрисковата, само че за единица общ риск, измерен чрез стандартното отклонение на възвръщаемостта на портфейла. Обикновено по-високите стойности

на показателите говорят за по-ефективен портфейлен мениджмънт.

$$Sr = \frac{r_p - r_f}{\sigma_p}$$

където  $\sigma_p$  е стандартно отклонение на възвръщаемостта на портфейла.

Коефициентът  $M^2$  (Modigliani и Modigliani, 1997) отчита допълнителния риск, поет над риска на бенчмарка. В случай, че този допълнителен риск не е оправдан, то коефициента ще има негативна стойност и това показва, че представянето на портфейла е неефективно. Математическият израз на измерителя е следния:

$$M^2 = (r_p - r_f) * \left( \frac{\sigma_m}{\sigma_p} \right) - (r_m - r_f)$$

Друг често използван измерител е коефициентът на Jensen, базиран на Модела за оценка на капиталовите активи (CAPM). Той измерва и оценява допълнителната доходност на портфейла, постигната над доходността на оценявания портфейл, прогнозирана от равновесен модел като CAPM. Според този модел алфа се определя по следния начин:  $\alpha = (r_p - r_f) - \beta (r_m - r_f)$

Статистически, ако alpha е равна на нула, тя показва, че ефективността на портфейла е равна на тази на пазарния индекс. Положителна  $\alpha$  означава, че портфейлът се представя по-добре от пазара, докато отрицателната стойност показва неефективност. При фондове с отрицателен алфа и бета коефициент по-голям от единица показва, че мениджърът е добавил риск към портфейла, но е постигнал по-лоши резултати от пазара.

В настоящото изследване при изчисляване показателите на Трейнър и Йенсен за бенчмарк е използван индексът VOLIDEX<sup>4</sup>. Основните мотиви за този избор са два: индексите на БФБ са базирани само на търговията с акции и не са подходящи за сравнение, освен това специфичния характер на пенсионните фондове и инвестиционните ограничения за портфейлите им

---

<sup>4</sup> VOLIDEX се изчислява като модифицирана среднопретеглена стойност от стойностите на един дял за всеки фонд, спрямо относителния дял на активите на този фонд в общата маса от активите на всички фондове, като относителните дялове се ограничават до 20%.

налагат този избор на еталон.

През 1994 г. Sortino за първи път предлага измерител за оценка на портфейлното изпълнение, базиран на използването на асиметричен рисков измерител – полустандартното отклонение. Коефициента на Сортино (S) е изчислен по следната формула:

$$S = \frac{r_p - MAR}{TDD},$$

където: TDD е полустандартно отклонение на определена целева възвръщаемост (target downside deviation);

MAR – целева възвръщаемост, в това изследване 0;

n – всички регистрирани в извадката възвръщаемости (включително положителните).

Показателят риск-коригираната възвръщаемост на капитала (RAROC) се изчислява като се раздели възвращаемостта върху икономическия капитал. Тук е изчислен като:

$$RAROC = \frac{r_p}{VaR(95\%)},$$

където: VaR(95%) представлява пазарния риск изчислен, чрез стойност под риск при 95% вероятност при историческа симулация.

Омега коефициента представлява отношението на кумулативната вероятност възвръщаемостта на една инвестиция да се окаже над определена стойност (MAR) върху кумулативната вероятност възвръщаемостта да е под тази стойност. Колкото по-висока е стойността на Омега, толкова по-голяма е вероятността дадена възвращаемост да бъде реализирана или превишена. Основното предимство на Омега коефициента е, че при изчисляване използва цялата информацията относно разпределението на възвращаемостта на актива. Докато например коефициента на Шарп използва само средната аритметична и стандартното отклонение.

Формулата, по която се изчислява коефициента Омега има следния вид:

$$\Omega(r) = \frac{\int_{-\infty}^{\infty} (1 - F(x)) dx}{\int_{-\infty}^r F(x) dx}$$

където  $\Omega(r)$  е коефициент Омега;

$F(x)$  е кумулативната функция на разпределението на възвръщаемостта;

$r$  - целева възвръщаемост, служеща като разграничителна линия между печалба и загуба.

### Резултати и дискусия

Таблица 1 показва стойностите на наблюдаваните абсолютни честоти на негативна и положителна възвръщаемост и техните средни стойности за всеки доброволен фонд. От данните може да се констатира, че през изследвания период преобладават месеците с позитивна възвръщаемост за фондовете (средно 71,4 месеца с позитивна срещу 29,6 с негативна). Фондът с най-голяма честота на позитивната възвръщаемост е „Топлина“, а най-малко месеци с позитивна възвръщаемост има ДПФ „Бъдеще“. Най-висока средна възвръщаемост има ДПФ „Съгласие“, а най-ниска отново „Бъдеще“, който има и най-много отрицателни месечни възвръщаемости за изследвания период.

Таблица 1

#### Дескриптивен анализ на възвръщаемостта на доброволните пенсионни фондове в България за периода януари 2009 г. – юни 2017 г.

ДОБРО-ВОЛЕН ФОНД	абсол. честота на негативната възвръщаемост	ср. стойност на негативната възвръщаемост	абсол. честота на позитивната възвръщаемост	ср. стойност на позитивната възвръщаемост
Доверие	28	-0,209%	73	0,687%
Съгласие	35	-0,378%	66	0,908%
Алианц	26	-0,309%	75	0,730%
ДСК	28	-0,238%	73	0,719%
ING	29	-0,300%	72	0,786%

ЦКБ	32	-0,286%	69	0,716%
Бъдеще	48	-0,481%	53	0,803%
Топлина	20	-0,077%	81	0,479%
ПОИ	28	-0,282%	73	0,833%
VOLIDEX	22	-0,224%	79	0,702%
средна стойност	29,6	-0,278%	71,4	0,736%

Таблица 2 дава представа за новото на риска, които се поема от портфейлните мениджъри при отделните фондове през анализирания период. От изчислените стойности се вижда, че най-високи нива се констатират при фондове „Бъдеще“, „Съгласие“ и „Алианц“. Най-високи стойности на рисковите измерители се констатират при „Бъдеще“, а в същото време този фонд отчита най-ниска средномесечна възвръщаемост за периода.

Таблица 2

**Изчислени стойности на използваните измерители за пазарен  
риск на българските доброволни пенсионни фондове за  
периода януари 2009 г. – юни 2017 г**

ДОБРОВОЛЕН ФОНД	средна - арит- метична	$\sigma$	TDD	коэф. на асимет- рия	VaR 95%
Доверие	0,48%	1,07%	0,568%	-0,23248	-1,39%
Съгласие	0,53%	1,60%	0,822%	0,335708	-1,90%
Алианц	0,42%	1,28%	0,832%	-0,92556	-1,81%
ДСК	0,48%	1,12%	0,661%	-0,85775	-1,38%
ING	0,49%	1,25%	0,750%	-0,73018	-1,97%
ЦКБ	0,43%	1,27%	0,677%	0,320766	-1,78%
Бъдеще	0,32%	1,81%	1,037%	0,310475	-2,23%
Топлина	0,40%	0,57%	0,220%	0,029397	-0,62%
ПОИ	0,55%	1,32%	0,698%	-0,17335	-1,61%
VOLIDEX	0,48%	1,07%	0,620%	-0,58926	-1,82%

Основните констатации, които могат да бъдат направени на база представените данни в таблица 3 са следните: Най-ефективни според коефициента на Шарп са „Топлина“ и „Доверие“ и те се представят по-добре от индекса. Според измерителя на Трейнър б фонда превъзхождат VOLIDEX, а на опашката са „Алианц“ и „Бъдеще“. Двата фонда, които имат най-висок бета коефициент, са реализирали отрицателни стойности според Jensen- $\alpha$ . Както вече беше споменато, отрицателна алфа и бета коефициент по-голям от единица показва, че мениджърът е добавил риск към портфейла, но не е постигнал ефективност и има по-лоши резултати от пазара. Коефициентът  $M^2$  е положителен само при „Топлина“ и „Доверие“, резултатите са идентични на тези, които показват фондовете според Шарп, тъй като двата коефициента са близки, но  $M^2$  отчита както безрисковата доходност, така и бенчмарка и по тази причина превъзхожда коефициента на Шарп.

Таблица 3

**Традиционни показатели за измерване на риск-коригираната възвръщаемост на доброволните фондове, базирани на модерната портфейлна теория за периода януари 2009 – юни 2017 г**

ДОБРО-ВОЛЕН ФОНД	коефициент на Sharpe	коефициент на Traupog	Jensen- $\alpha$	$\beta$	$M^2$
Доверие	0,429563469	0,005401617	0,000882479	0,849970598	0,00004756
Съгласие	0,318602424	0,00482981	0,000446172	1,057019032	-0,0011503
Алианц	0,312864555	0,003601384	-0,000909904	1,115305572	-0,001212242
ДСК	0,41081467	0,004940738	0,000520429	0,934531876	-0,000154839
ING	0,373164218	0,004298044	-0,000124676	1,08705815	-0,000561288
ЦКБ	0,320597261	0,004701694	0,000290168	0,873206068	-0,001128765
Бъдеще	0,166409717	0,003195498	-0,001128227	0,94720809	-0,002793269
Топлина	0,67344849	0,013389194	0,002712877	0,286436317	0,002680376
ПОИ	0,39995375	0,006636152	0,001832339	0,801369557	-0,000272086
VOLIDEX	0,425157863	0,004589714	0,000192386	1	0



Таблица 4 представя изчислените стойности на измерителите на риск-коригираната възвръщаемост, съгласно Постмодерната портфейлна теория. Според критерия коефициент на Сортино най-добри стойности са констатирани при доброволни фондове: „Топлина“, „Доверие“ и „ПОИ“. Това са фондовете, които превъзхождат индекса VOLIDEX. Съгласно RAROC най-добре представящи се фондове, превъзхождащи индекса са „Топлина“, „ДСК“ и „Доверие“, а според Омега коефициента това са „Топлина“, и „Доверие“. На-лоши резултати се наблюдават при „Бъдеще“, „ЦКБ“ и „Алианц“.

Таблица 4

**Показатели за измерване на риск-коригираната възвръщаемост на доброволните фондове, базирани върху downside измерители на пазарния риск**

ДОБРОВОЛЕН ФОНД	коефициент на Sortino	RAROC (VaR 95%)	коефициент Omega
Доверие	0,842687	0,345249	3,289812
Съгласие	0,644389	0,278835	2,401711
Алианц	0,505882	0,2323	2,362922
ДСК	0,727716	0,347647	3,024144
ING	0,648407	0,246377	2,624235
ЦКБ	0,634748	0,241358	2,500853
Бъдеще	0,310346	0,144291	1,669685
Топлина	1,833734	0,650043	6,258604
ПОИ	0,789862	0,341761	2,955511
VOLIDEX	0,771141	0,262677	3,136068

**В заключение**, анализът представен в доклада е част от по-мощно изследване на авторите, относно ефективността на допълнителното пенсионно осигуряване в България. В поредица от публикации се доказва тезата, че измерването на риск-коригираната възвръщаемост на инвестиционните портфейли на пенсионните фондове би било полезно за набирането на важна информация относно ефективността на портфейлния мениджмънт на фондовете,

а също така може да сигнализира за възможни проблеми.

### Използвана литература

1. Antolin, P. (2008). "Pension Fund Performance." OECD Working Papers on Insurance and Private Pensions.
2. Bacon, C. (2008), Practical Portfolio Performance Measurement and Attribution. 2nd Ed., John Wiley Finance, pp. 21-23;
3. Dowd, Kevin (2000), "Adjusting for Risk: An Improved Sharpe Ratio", International Review of Economics and Finance, 9, pp.209-222;
4. Fama, E. F. and K. R. French (1993). "Common risk factors in the returns on stocks and bonds." Journal of Financial Economics 33(1): 3-56.
5. Fama, E. F. and K. R. French (1996). "Multifactor Explanations of Asset Pricing Anomalies." The Journal of Finance 51(1): 55-84. 276
6. Jensen M. J. (1968), The Performance of Mutual Funds in the Period 1945-1964. Journal of Finance. no 23 pp.389-416;
7. Modigliani, F. and L. Modigliani (1997). "Risk-adjusted performance." The Journal of Portfolio Management 23(2): 45-54.
8. Novaković, D. (2015), Evaluation of the financial performance of pension funds in Croatia, Econviews, vol 28, no 1: 199-212;
9. Taleski1, P. and V. Bogdanovski (2015), Statistical analyses of the performance of Macedonian investment and pension funds
10. Rollinger T. and Scott T. Hoffman, (2016), A 'Sharper' Ratio, Red Rock Capital, available at: <http://redrockcapital.com/ResearchWhitePapers.html>;
11. Rollinger, T. and Scott T. Hoffman, (2013), Sortino ratio: A better measure of risk, Risk management, available at: [https://www.sunrisecapital.com/wp-content/uploads/2014/06/Futures\\_Mag\\_Sortino\\_0213.pdf](https://www.sunrisecapital.com/wp-content/uploads/2014/06/Futures_Mag_Sortino_0213.pdf)
12. Ross, S. A. (1978). "The Current Status of the Capital Asset Pricing Model (CAPM)." The Journal of Finance 33(3): 885-901.
13. Sharpe, W. F. (1966). "Mutual Fund Performance." The Journal of Business 39(1): 119-138.
14. Treynor, J. and K. Mazury, (1966), "Can Mutual Funds Out-guess the Market?", Harvard Business Review, July, pp.131-136;

15. Димитров, С, Повишаване ефективността на осигуряването за капиталова пенсия: приложение в България, сп. Годишник на ВУЗФ, т..10, 2014;

16. Милев, Ж., 2012, Регулиране и оценка на инвестиционния риск при пенсионните фондове, [www.jekomilev.com](http://www.jekomilev.com)

17. <http://www.bnb.bg/Statistics/StBIRAndIndices/StBILeoniaReferenceRate/index.htm>

18. <http://www4.fsc.bg/units.asp>

19. [www.infostock.bg](http://www.infostock.bg)

20. <http://www.nssi.bg>

# УПРАВЛЕНИЕ И КОНТРОЛ НА СРЕДСТВАТА ПО ЕВРОПЕЙСКИ ПРОГРАМИ

*Пламен Илиев*

## MANAGEMENT AND CONTROL OF THE FUNDS OF EUROPEAN PROGRAMS

*Plamen Iliev*

### **Abstract**

The proposed topic is up-to-date in itself, as the management and control of EU funds in each Member State unfortunately takes place in a variety of different kinds of negative accompanying actions such as fraud, abuse, etc. Therefore, on the basis of reality and experience in the Republic of Bulgaria, I have attempted to present a point of view on the possible negative trends in this direction and their counter-action and struggle.

*Key words:* *European funds, EU Treaty, regulation, strategy, prevention and counteraction of irregularities.*

Еврофондове е събирателно, макар и неточно понятие за средствата, които Европейската комисия разпределя между страните членки от общия бюджет на Европейския съюз. Сред тях попадат земеделските субсидии от общата земеделска политика и фондовете за регионално развитие /структурните и Кохезионния фонд/, които финансират инфраструктурни, екологични, социални и други проекти. Дефиницията понякога включва и предприемаческите програми /ИСПА, ФАР и САПАРД/, които ЕС отпуска на страните, които предстои да приеме, за да подобрява техническата и социалната си инфраструктурата и селското си стопанство.

Еврофондовете се разпределят на база нуждите, брутният вътрешен продукт и целите, които си е заложила всяка страна членка. Европейската комисия отговаря за цялостния контрол върху средствата, но текущото им управление зависи от страните членки. Някои от тях, включително и Р. България, стартираха членството си

в ЕС /01.01.2007г./ със сериозни предизвикателства пред управлението на еврофондовете - недостатъчен административен и одиторски капацитет, слаб контрол, злоупотреби и грешки в обществените поръчки.

Един от ключовите фактори за успеха на Кохезионната политика на ЕС е децентрализираната система за управление на средствата и споделяната отговорност между ЕК и държавата-членка. Програмите се управляват на национално и регионално ниво, така че за финансиране да се избират най-добрите и най-необходимите /приоритетни/ проекти. Много са ключовите участници във веригата на управление и контрол на европейските средства, което повишава съответно рисковете от грешки. Затова очакванията към всяка държава-членка са да разполага с добър административен капацитет и адекватна законодателна и вътрешна уредба, които да гарантират законосъобразното и ефективно разходване на средствата от ЕС.

В Р. България са създадени и осъществяват специализирана дейност в тази насока, Изпълнителна Агенция „Одит на средствата от Европейския съюз” към Министерство на финансите и Изпълнителна Агенция „Сертификационен одит на средства от европейските земеделски фондове” към Министерство на земеделието и храните/ в застой/.

Бенефициенти и администрация във всяка държава-членка на ЕС, оперират в условията на предварително зададени параметри и правила относно управлението на средства от ЕС, инкорпорирани /транспонирани/ в различни документи и разпоредби, основополагащи измежду които са:

- Договора за ЕО /чл.274 и чл.280/, [3] според който Комисията изпълнява бюджета на своя отговорност съгласно принципа за добро финансово управление. Освен това държавите-членки сътрудничат с Комисията при използването на бюджетните кредити в съответствие с принципа за добро финансово управление. Общността и държавите-членки се борят с измамата и с всяка друга незаконна дейност, която засяга финансовите интереси на общността;

- Финансов регламент /1605/2002/, [6] който е приложим за общия бюджет на Европейските общности, според който при споделеното управление държавите-членки са отговорни да предотвратяват и разглеждат случаите на нередности и измами.

Държавите-членки отговарят за установяването на системи за управление и контрол, които са в съответствие с изискванията на законодателството на Общността. Те гарантират, че системите функционират ефективно и могат да предотвратяват, откриват и отстраняват нередности и измами. В случай на нередност или съмнения за измама, ЕК трябва да бъде информирана в съответствие с процедурите за докладване, определени в Регламент /ЕО/ №1828/2006 [4] на Комисията. Без значение дали нередността е неволна или умишлена /измама/, въпросният разход трябва да бъде изключен от съфинансиране от страна на бюджета на Общността.

В случая с Р. България, на национално ниво, стратегията и параметрите на действие на компетентните национални власти в областта на превенцията и борбата с нередностите и измамите, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз са инкорпорирани /залегнали/ в новата Национална стратегия за превенция и борба с нередностите и измамите, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз за периода 2014 - 2020 г. [7] Изготвянето и приемането на стратегията е продължение на предприетите действия, намерили отражение в предходни национални стратегически документи в съответствие с ангажи-ментите на Р. България, съгласно Договора за функциониране на Европейския съюз и Споразумението за партньорство на Република България, очертаващо помощта от Европейските структурни и инвестиционни фондове за периода 2014 - 2020 г.

Основната цел на Националната стратегия е през програмен период 2014 – 2020г. е да се подобри превенцията, разкриването и противодействието на нередностите и измамите, като се акцентира върху повишаване ефективността на разследването, постигане на по-висока степен на възстановяване на неправомерно усвоени средства от бюджета на Европейския съюз и налагане на пропорционални и възпиращи санкции при спазване на законода-

телството и определяне отговорностите на институциите.

Националната стратегия е изготвена в съответствие с предприетите нови инициативи за защита финансовите интереси на ЕС на европейско ниво и отразява Препоръките на Европейската комисия. На база извършения анализ на механизма по защитата на финансовите интереси на Европейския съюз за периода до 2013 г. и констатираните проблемни области са набелязани стратегическите цели и действията както на органите, участващи в процесите на управление и контрол на средствата от ЕС, така и на приходните, правоохранителните и правоприлагащите органи, в борбата с нередностите и измамите, засягащи приходната и разходната част на бюджета на ЕС.

По отношение на институционалната рамка и звената, упражняващи мониторинг и контрол над изразходването на средства от фондовете на ЕС, съществува ясно определена йерархия, както и правила и механизми на сътрудничество между различните контролиращи органи. Основно, могат да бъдат разграничени звена на следните нива:

- Споделената отговорност, съгласно член 325 от Договора за функционирането на Европейския съюз,[3] изисква Европейският съюз и държавите-членки да се борят с измамите и всяка незаконна дейност, засягаща финансовите интереси на Съюза.

- С цел повишаване ефективността на действията за борба с измамите и други незаконни дейности в ущърб на интересите на Общността през 1999 г. с Решение на Комисията 1999/352/ЕО е създадена Европейската служба за борба с измамите /ОЛАФ/ и е приет Регламент /ЕО/ № 1073/1999 на Европейския Парламент и на Съвета[5] относно разследванията, провеждани от Европейската служба за борба с измамите. Службата е натоварена с отговорност за провеждане на административни разследвания, като средство за борба с измамите, и има специален статут на независим орган за разследване в рамките на Европейската комисия.

Европейската служба за борба с измамите провежда своята дейност в тясно взаимодействие с Координационните служби за борба с измамите - АФКОС на държавите- членки /Anti-Fraud Co-

ordination Service – AFCOS/, с които осъществява ефективно сътрудничество и обмен на информация, включително информация от оперативен характер, като по този начин осигурява в рамките на Съюза единодействие и координация на борбата с измамите и нередностите

При отчитане на националните специфики на законодателството и на системата от държавни органи, имащи отношение към борбата с нередностите и измамите, в Р. България е избран модел, при който да не се дублират, а да се координират и обединят усилията на компетентните институции, включително органите на независимата съдебна власт. В тази насока са създадени и действат:

- Съвет за координация в борбата с правонарушенията, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз, създаден през 2003 г., който осигурява на висше политическо ниво съгласуваност и взаимно допълване на мерките, предприемани от националните власти за борба с нередностите и измамите със средства на ЕС.

- Дирекция АФКОС е специализирана структура на МВР, която осъществява контролна, информационна и координационна дейност по линия на защита на финансовите интереси на Европейския съюз. Дирекция АФКОС е национална контактна точка с Европейската служба за борба с измамите и с компетентните органи в областта на защитата на финансовите интереси на ЕС в държавите-членки и в други държави, като осигурява и координира на национално ниво докладването на нередности между националните институции и Европейската комисия. Тя извършва административни проверки за идентифициране на нередности и измами, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз, по своя инициатива или по искане на ОЛАФ, осъществява координация на оперативното сътрудничество между ОЛАФ и членовете на Съвета при разследвания на територията на Р. България и създава необходимата организация по подготовката от българска страна на годишния доклад на Европейската комисия поДФЕС.

Ефективен обмен на информация в тази насока е необходим и възможен при:



- Информационна система за управление и наблюдение на Структурните инструменти на ЕС в България /ИСУН/, която осигурява ефективност и ефикасност при управлението и контрола на средствата от Структурните инструменти на ЕС, чрез записване и съхранение в компютъризирана форма на операциите по изпълнение на Оперативните програми. Тя се използва от всички административни структури, участващи в управлението и реализацията на дейностите, финансирани от ЕС в България - Централно координиращо звено, Одитен орган, Сертифициращ орган, Управляващи органи на оперативните програми и техните междинни звена, кандидати и бенефициенти по оперативните програми и широката общественост, чрез осигуряването на свободен достъп до публичния модул.

- Интегрираната система за администриране и контрол /ИСАК/, която администрира и контролира Програмата за развитие на селските райони /ПРСР/ и Оперативната програма за развитие на сектор „Рибарство” /ОПРСР/.

- АКСТЪР-ПОПАЙ - подсистема за обработка на проекти и изпращане на информация до Европейската комисия.

Системата за предоставяне на онлайн информация обхваща всички бенефициенти по схемите за директните плащания и по оперативните програми и ежедневно прехвърля информация между Информационната система за управление и наблюдение на средствата от Структурните фондове и Кохезионния фонд на ЕС /ИСУН/ на МС, Интегрираната система за администриране и контрол /ИСАК/ на Държавен фонд „Земеделие” по Програмата за развитие на селските райони /ПРСР/ и Системата за наблюдение на проекти по Оперативната програма за развитие на сектор „Рибарство” /Акстър-Попай/ на ИАРА. Обмена на данни има за цел да предостави информация за всички регистрирани юридически лица; проектите и дейностите, за които те са кандидатствали, за всички сключени договори с тях, а също и за всяка промяна в обстоятелствата.

За периода 2014 - 2020 г. все още въвежда на европейско ниво, нова Система за управление и наблюдение /nIMS-new Irregularity

Management System/, разработена от ОЛАФ, в съответствие с приетите политики и нормативна рамка, което ще наложи действия на съответните компетентни национални институции по прилагането ѝ. Предизвикателство ще бъде преминаването на национално ниво изцяло към електронно докладване, което ще облекчи работата, ще съкрати времето за подготовка, проверка и изпращане на докладите до Комисията. В България ще бъде продължено развитието на информационните системи ИСУН, ИСАК и Акстър-Попай. За намаляване на административната тежест за кандидати и бенефициери по Европейските структурни и инвестиционни фондове се предвижда въвеждането на цялостна електронна комуникация чрез системата ИСУН 2020.

На база анализ дейностите от програмен период 2007-2013г. и Доклада на ЕК, са налице някои основни проблеми и предизвикателства, свързани със структурата и администрацията на различните звена, контролиращи изразходването на средства от фондовете на ЕС в България, като:

- честа промяна на нормативната уредба - динамиката в изменението на нормативната уредба на европейско ниво в последните години налага и чести изменения на законите в България. Това е свързано и с приемането на редица нови подзаконовни актове - правилници, наредби, инструкции. Значителният брой нормативни актове, честите промени и различното им тълкуване, създава нестабилна нормативна среда, което затруднява действията на компетентните институции от изпълнителната власт в областта на превенцията.

- недостатъчен административен капацитет - в редица институции за определените служители, отговорността за борбата с нередностите и измамите е допълнителна дейност, а не основна, като много от тях са новопостъпили и без необходимия опит. Взаимодействието между администрацията и политическото ръководство не е на нужното равнище. Голямото текучество, недостатъчното стимулиране в някои институции, честата смяна на отговорни ръководители в тези институции са предизвикателства към всяко поредно правителство. Установена е необходимост от

подобряване капацитета и уменията в следните направления: професионална компетентност, чужди езици, обмяна на добри практики, познаване на функционирането на ЕС и на правото на ЕС и по-специално повишаване капацитета при усвояване на фондовете на ЕС.

- необходимост от повишаване прозрачността и достъпа до информация - все още не е достигнато необходимото ниво на публичност. Необходимо е да се подобри работата със сигналите и жалбите, тъй като много често подателите, нямайки доверие в действията на българските власти, се обръщат към европейските институции.

- необходимост от усъвършенстване на системата за обмен на информация за нередности и измами - наложително е съвместяване на националните информационни системи с тези на Комисията. В България ползването на IMS се координира на национално ниво от дирекция АФКОС в съответствие с указанията на ОЛАФ. Когато от ОЛАФ са осигурени модули за електронно докладване, структурите, администриращи европейски фондове, инструменти и програми, докладват по електронен път до дирекция АФКОС всички нови случаи на нередности, последващите действия и промените по вече докладвани случаи на нередности, съгласно приложимото законодателство на ЕС.

- необходимост от актуализация на споразуменията за сътрудничество - поради честата смяна на институционалните структури и компетенциите им, за да бъдат реално действащи, сключените в миналото споразумения трябва да се прегледат и актуализират. Необходимо е също така да се анализира необходимостта от подписване на нови двустранни и многостранни споразумения за постигане на целите, заложи в Националната стратегия за превенция и борба с нередностите и измамите, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз за периода 2014 - 2020 г.

- развитие на ИТ - сектора и електронно управление при администрирането на нередностите, поставя въпросът за въвеждане и развитие на електронното управление при администрирането на

нередности е свързан с предизвикателство при използване съвременните информационни технологии.

- проблеми и предизвикателства в областта на сътрудничеството на европейско ниво - необходимост от задълбочаване на сътрудничеството на ОЛАФ с националните компетентни власти. Това е отразено в Специален доклад № 2/2011 на Европейската сметна палата.[9] Представено е като цел при изменение на правната рамка на ОЛАФ, заложено е и в Стратегията на Комисията за борба с измамите от 2011 г. Във връзка с това вече са предприети действия в тази посока и от българска страна. Голямо предизвикателство към българските компетентни институции е по-ефективното участие при разработването на стратегически документи, обсъждане на политики и съвместни действия за защитата на финансовите интереси на ЕС.

- проблеми и предизвикателства в областта на разследването, възстановяването и санкциите - в годините след присъединяването на България към ЕС са изменени и допълнени НК и НПК, включително с приемане докладите на Европейската служба за борба с измамите и приложените към тях документи като писмени доказателствени средства. Изменени и допълнени са Закона за митниците, Закона за независимия финансов одит, Закона за вътрешен одит в публичния сектор и Данъчно-осигурителния процесуален кодекс с цел ефективно разследване и борба с измамите в приходната част. Създадени са специализирани звена и структури за административни разследвания в органите, управляващи средствата от ЕС, в приходните агенции, както и в специализираните звена и структури за водене на наказателни разследвания в органите на АМ, МВР, ДАНС и ПРБ. Независимо от това в обществото остава убеждението за ненаказаност на деянията, свързани с измамите със средства на ЕС и неудовлетвореност от действията на българските компетентни органи. Въз основа на натрупаната практика на релевантните институции в България, отговорни за управлението на средствата по фондовете на ЕС в страната и на най-често срещани в практиката на администриране на проекти с финансиране от фондове на ЕС в България схеми и

индикатори за измами, през 2015 година Министерството на финансите изготви и публикува наръчник „Индикатори за нередности и измами” - технически указания за това какво не трябва да се допуска при проекти, финансирани от фондове и програми на ЕС в България.[8] В него неизчерпателно са изброени и обяснени обичайни и често срещани схеми за измама, с описание на схемата и на съответните индикатори за измама.

Статистически погледнато, измамите **при възлагане и договаряне на обществени поръчки** за доставка на продукти и услуги по проекти, финансирани от фондове и програми на ЕС са с най-голям дял сред общия брой измами. Основните видове измами в този сегмент биват:

- корупция - подкупи и рушвети, корупционно влияние - даване/вземане на „нещо стойностно” с цел да се повлияе на официален акт, или бизнес решение;[2]

- недеklarиран конфликт на интереси - може да възникне когато служител на възлагачата организация има недеklarирани финансови интереси във връзка с определена поръчка или изпълнител;

- съглашателство при оферирание - договарящите се от определена географска област, регион или отрасъл могат да се договорят тайно с цел елиминиране на конкуренцията и завишаване на цените посредством различни схеми за съглашателство при оферирание;

- небалансирано договаряне - при тази измамна схема служители, натоварени с функции по провеждането на тръжната процедура, предоставят на фаворизиран оферент полезна вътрешна информация, която не е достъпна за останалите участници;

- подправени спецификации - посредством изискването за твърде конкретни спецификации могат да бъдат елиминирани квалифицирани оференти или да се обосноват покупки от единствен източник и да се избегне конкуренцията като цяло;

- изтичане на информация за офертите - персоналът, отговарящ за договарянето, подготовката на заданието или оценяването на офертите, може да изнесе поверителна информация, за да подпомогне фаворизиран кандидат при изготвянето на

техническата или финансовата част от офертата му;

- манипулиране на оферти - служителите, натоварени с провеждането на тръжната процедура, могат да манипулират офертите след получаването им, за да осигурят избирането на фаворизирания кандидат /променяне, „изгубване“, анулиране на оферти въз основа на неверни твърдения за грешки в тръжните условия и т.н./;

- неоправдано възлагане на единствен изпълнител - разбиване на поръчките на по- малки поръчки, с цел да се избегнат праговете, изискващи задължително провеждане на тръжна процедура, с фалшиви основания за закупуване от единствен източник;

- смесване на договори - даден изпълнител, извършващ работи по няколко сходни поръчки, може да фактурира едни и същи разходи за персонал, такси или разноски по няколко от тези поръчки, което води до завишаване или припокриване на финансирането;

- невярно ценообразуване - преднамерено включване на разходи, които са недопустими или неразумни, или които не могат да бъдат пряко или непряко отнесени към конкретен договор;

- използване на фалшиви, завишени, или дублиращи се фактури - даден изпълнител може съзнателно да представи фалшиви, съдържащи завишени суми или дублиращи се фактури, действайки самостоятелно или в съглашателство със служители по договарянето в резултат на корупционни действия. Фактурираните стоки и услуги не биват нито инвентаризирани, нито осчетоводени, както и подмяна на стоки - подмяната на продукти се изразява в подмяна без знанието на възложителя на определените в спецификацията в договора продукти с други, с по- ниско качество.

Схеми и индикатори за измами във връзка с разходи за труд и консултантски услуги

- направени разходи за труд - при отсъствието на независим външен надзор или физическа проверка, трудът е лесно податлив на манипулация компонент;

- невъзнаграден извънреден труд - даден изпълнител може съзнателно да декларира фалшиви данни за извънредни часове труд, когато за извънредния труд не се дължи неофициална компенсация,

като например допълнителен отпуск;

- консултантски услуги - извършването на услугите е надлежно подкрепено с подробни споразумения за предоставяне на консултантски услуги, фактури и отчети. Обхванатите теми са близки до дейността на изпълнителя и предоставят подходящи препоръки за подобряване на ефикасността на определени дейности;

- Други видове регистрирани измами могат да бъдат: подправяне на печати;

кражба на стоки, инструменти, материали и други видове оборудване; присвояване на малки суми от каси; неотчитане на продажбите на стоки и присвояване на получените пари; „надуване” на разходните сметки или отклоняване на средства за лична облага;

събиране на дадено вземане, присвояване на парите и отписването му като несъбираемо вземане; отпускане на кредити срещу фалшиви молби на клиенти и върнати стоки; постъпленията не се внасят ежедневно или се внасят само част от парите; присъствие на служители във ведомостите за заплати след прекратяване на трудовите взаимоотношения с тях; отчитане на неоправдани отстъпки при продажби в брой и т.н.[1]

### Използвана литература

1. Динев Д.-Икономически измами-1 и 2 част-С-2012г
2. Джаксън С.- Финансови измами в големия бизнес-С-2006г
3. Договор за функциониране на Европейски съюз
4. Регламент /ЕО/ №1828/2006
5. Регламент /ЕО/ № 1073/1999
6. Финансов регламент /ЕО/№1605/2002/,
7. Национална стратегия за превенция и борба с нередностите и измамите, засягащи финансовите интереси на Европейския съюз за периода 2014 - 2020 г./ Р. България/
8. Наръчник „Индикатори за нередности и измами” на МФ/2015г. /Р. България/
9. Специален доклад № 2/2011 на Европейската сметна палата.
10. [www.es.europa.eu](http://www.es.europa.eu)

# АКЦИЗИТЕ В СТРУКТУРАТА НА ДАНЪЧНИТЕ ПРИХОДИ В Р. БЪЛГАРИЯ СЛЕД ЧЛЕНСТВОТО В ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

*Танер Исмаилов*

## EXCISE DUTIES IN BULGARIAN TAX INCOME STRUCTURE AFTER THE EUROPEAN UNION MEMBERSHIP

*Taner Ismailov*

### Abstract

The excise duties are a specific form of indirect taxation that provides a significant portion of the tax revenue of state budget. They are a peculiar variety of taxes over goods circulation and consumption. Since 2007 Bulgaria is a European Member state and implements its' taxation policy in a compliance with the EU. That is why examining and analysing the excise duties in Bulgarian tax income structure after the European membership is the focus of this paper.

**Key words:** *excise, excise income, tax structure, Bulgaria.*

В своята същност акцизите представляват специфична форма на косвено данъчно облагане, която осигурява значителна част от данъчните постъпления в приходната част на държавния бюджет. Те са особена разновидност на данъците, с които се облага обръщението на стоки. Още от момента на своето възникване, акцизите са обект на особено внимание от икономическа и административна гледна точка поради множество причини, основните сред които са: значимостта им като бюджетен приходоизточник, специфичните функции, които изпълняват в икономическата система, както и спецификата в методите на облагане с акциз.

В ретроспективен план, акцизите са сред първите данъци, регламентирани в законодателството на Следосвобожденска България. През 1880 г. се приемат първите данъчни закони в страната. През същата година се създава и Върховната сметна палата, чиято основна функция е да проверява приходните и



разходните сметки на държавата, свързани с гласувания от Народното събрание бюджет (Александрова (2015)). Въвеждат се и се регламентират размерите на акцизите върху спиртните напитки и митата, като за целта се приема Закона за митниците. В контекста на промените в политическата и икономическа конюнктура в България след 1944 г., през 1948 г. акцизите са отменени като самостоятелна форма на данъчно облагане и са включени в състава на единния данък върху оборота. През 1988 г. статутът на акцизите като самостоятелно прилагана форма на данъчно облагане е възстановен, в следствие на което се приема и прилага нова обща законова уредба за акцизите и данъка върху оборота – Закон за данъка върху оборота и акцизите. Съгласно този закон стоките подлежат на облагане или с акциз или с данък върху оборота. На 01.04.1994 г. влизат в сила два нови самостоятелни закона - Закон за акцизите и Закон за данъка върху добавената стойност. След 1994 г. Законът за акцизите претърпява множество допълнения и обновявания, особено в предприсъединителния период на България към Европейския съюз.

От 2007 г. България е пълноправен член на Европейския съюз и в качеството си на такъв трябва да прилага своята политика в областта на облагане с акциз в съответствие с европейската, тъй като сближаването на националните данъчни системи е първостепенна и безусловна предпоставка за функционирането на вътреобщностния пазар. Съвместното съществуване на различни по вид и структура данъчни системи създава бариери пред трансграничната дейност на представителите на бизнеса и физическите лица. В чл.113 от Данъчните разпоредби в Договора за функциониране на Европейския съюз се пояснява, че „с единодушие, в съответствие със специална законодателна процедура и след консултация с Европейския парламент и с Икономическия и социален комитет, съюзът приема разпоредби за хармонизиране на законодателството относно данъците върху оборота, акцизите и другите форми на косвено данъчно облагане, в степента, в която такава хармонизация е необходима за осигуряване създаването и функционирането на вътрешния пазар и за

предотвратяване на нарушаването на конкуренцията“.

Акцизите са представител на групата на косвените данъци, формиращи значителна част от приходите в държавната хазна. Облагането с акциз, както и контрола върху производството, употребата, складирането, движението и обезпечаването на стоки, подлежащи на облагане с акциз е уредено със Закон за акцизите и данъчните складове (ЗАДС), Правилника за неговото прилагане, както и други правни актове за отделните сектори. За акцизни се считат стоките: пиво, вина, спиртни напитки, кафе, цигари, вина и ракии, произведени от собствени суровини, хазартни игри, стоките и услуги от внос, лотарии и томболи и течни горива.

Съгласно българското данъчно законодателство, данъчно-задължени лица по смисъла на ЗАДС са: лицензираните складодържатели и регистрираните по този закон лица; лицата, за които е възникнало задължение по митническото законодателство по отношение на акцизни стоки; лица, които в нарушение на този закон са произвели или участвали в производството на акцизни стоки, държат или са участвали в държането на акцизни стоки, разпореждат се или са се разпоредили с акцизни стоки, за които не е бил заплатен акциз или акцизът е бил заплатен частично; освободените от акциз крайни потребители и временно регистрираните получатели; данъчните представители на лица, регистрирани по ДДС в друга държава членка, които извършват доставки на акцизни стоки при условията на дистанционна продажба по смисъла на Закона за данък върху добавената стойност; лицата, които получават на територията на страната акцизни стоки, освободени за потребление в друга държава членка (ЗАДС (2015)). Облагането с акциз се извършва като фиксирана сума за измерителна единица от съответния акцизен продукт или стока (BGN на брой/тон/литър, и др. мерни единици). За платец на акцизните задължения съгласно българското законодателство се смятат физическите или юридически лица, които произвеждат или внасят акцизни стоки и/или извършват акцизни услуги. Тяхно задължение е да се регистрират съгласно Закона за акцизите в срок от 14 дни след стартиране на дейността. За разлика от Закона за данъка върху добавената стойност, тяхната

регистрация не зависи от размера на реализирания оборот.

Особен интерес за определяне значимостта на акцизите в структурата на данъчната система, както и обект на изследване в настоящата разработка, представлява динамиката на приходите от акцизи в държавния бюджет след приемането на България в Европейския съюз.

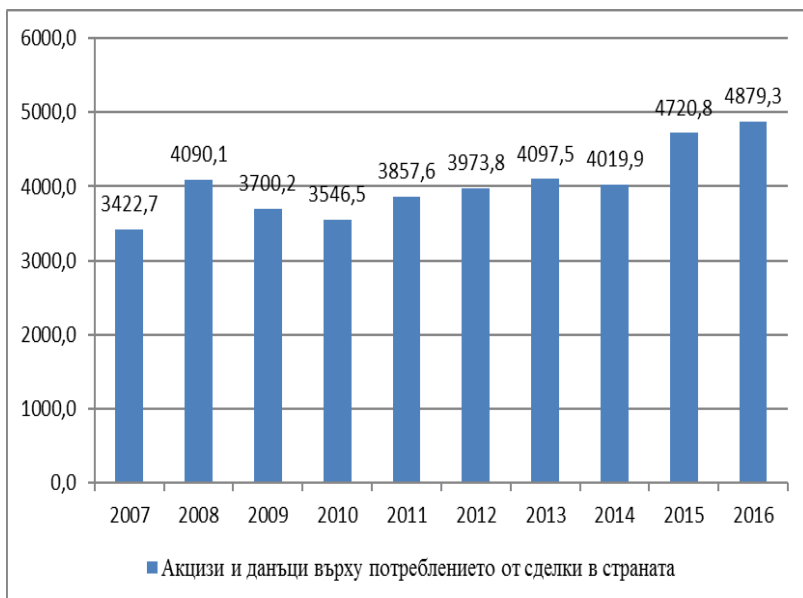
Проследяването на динамиката на постъпленията от акцизи върху вноса в Република България през периода 2007 г. – 2016 г. регистрира намаление от 57,1 млн. лв. в началото на периода до 10,2 млн. лв. в края (Вж. Фиг. 1). На пръв поглед данните изглеждат смущаващо, но тази тенденция е обяснима от факта, че след приемането на България в Европейския съюз значителна част от стоките, които до преди 2007 г. при внос подлежат на облагане с акциз, след това са освободени от него. В контекста на осъществяване на европейската политика в областта на данъчното облагане и осигуряването на свободното движение на стоки в рамките на общността – вътреобщностните доставки са освободени от акциз. Именно поради тази причина намалението на този показател е толкова значително.



**Фиг. 1. Приходи от акцизи върху вноса в България в млн. лв. (2007 г. – 2016 г.)**

Както вече беше споменато, приходите от акцизи са сред най-

значимите бюджетни приходи от косвени данъци в структурата на българските данъчни приходи. През изследвания период в България равнището на този показател нараства значително – от 3422,7 млн. лв. през 2007 г. до 4879,3 млн. лв. през 2016 г. През 2007 г. и 2008 г. техният размер нараства от 3422,7 млн. лв. до 4090,1 млн. лв. (Вж. Фиг. 2). През периода 2009 г., 2010 г. и 2011 г. те бележат намаление спрямо 2008 г. съответно до 3700,2 млн. лв., 3546,5 млн. лв. и 3857,6 млн. лв. през 2012 г. и 2013 г. се наблюдава тенденция към постепенно нарастване – съответно 3973,8 млн. лв. и 4097,5 млн. лв. регистрираните ниски равнища от 2009 г. до 2011 г. са обусловени от свиващото се през периода потребление в следствие от проявлението на негативните последици от разразилата се в периода след 2009 г. Световна финансова криза.

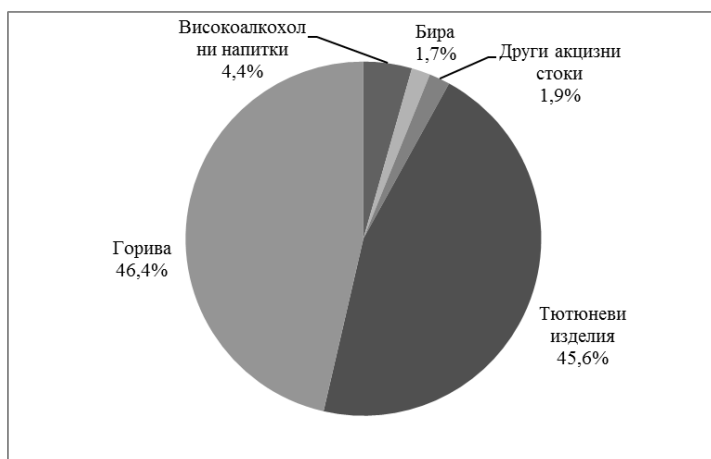


**Фиг. 2. Приходи от акцизи и данъци върху потреблението в България в млн. лв. (2007 г. – 2016 г.)**

В условия на ограничение на разходите си, потребителите са склонни да лишат своята потребителска кошница именно от

продукти като тютюневи изделия и алкохолни напитки, което неминуемо се отразява върху данъчните постъпления на държавата.

Неслучайно в икономическата литература сред наименованията на акцизите се „прокрадва“ и „данък върху греха“. Поради специфичното естество на някои от стоките облагани с акциз като тютюневите изделия и високоалкохолните напитки, чието потребление се счита за вредно за здравето на потребителите и целенасочената държавна политика с цел ограничаване на това потребление, цените именно на тези стоки непрекъснато се повишават. Въпреки увеличението обаче, българските потребители продължават да потребяват значителни количества тютюневи изделия, високоалкохолни напитки и бира.



**Фиг. 3. Структура на приходите от акцизи по групи стоки през 2016 г.**

Съгласно официално предоставената от Агенция „Митници“ статистическа информация относно приходите от акцизи, приходите от тютюневи изделия, високоалкохолни продукти и бира формират повече от 50% от общата им сума за 2016 г. (Вж. Фиг. 3). С най-висок дял в структурата на приходите от акцизи са тези, от горива – 46,4%, следвани от приходите от тютюневи изделия – 45,6%, от високоалкохолни напитки – 4,4%, други акцизни стоки –

1,9% и бира – 1,7%.

На основата на изложените до момента теоретични постановки и емпиричните данни за размера на приходите от акцизи в България след членството в Европейския съюз в заключение могат да се обособят следните основни изводи: на първо място – акцизите представляват специфична форма на косвеното данъчно облагане. Тяхната специфика произтича от естеството на стоките облагани с акциз, от техниката на облагане с този данък, както и от характерните функции, които акцизите изпълняват. На второ място – след приемането на България за пълноправен член на Европейския съюз се случват редица промени в облагането с акцизи, основната сред които е, че поради включването на страната в европейската икономическа общност вътреобщностната търговия не се облага с акциз, съответно приходите от акцизи върху вноса в България чувствително намаляват след 2007 г. На трето място – приходите от акцизи и други данъци върху потреблението бележат тенденция към нарастване в периода 2007 г. – 2016 г. Тази тенденция е обусловена от множество фактори, основният сред които е нарастващите цени на вредните за здравето на потребителите стоки като високоалкохолните продукти и тютюневите изделия и целенасочената държавна политика в посока ограничаване на това потребление.

### **Използвана литература**

1. Eurostat. (2017). <http://ec.europa.eu/eurostat/web>
2. Агенция „Митници“, 2017. [www.customs.bg](http://www.customs.bg)
3. Александрова, Александрина. Еволюция на данъчната система в България / Александрина Борисова Александрова. // Годишен алманах. Научни изследвания на докторанти на СА Д. А. Ценов - Свищов. - Свищов : АИ Ценов, 2015, с. 365-378.
4. Закон за акцизите и данъчните складове (2014). <http://balans.bg/5824-zads-pylen-tekst/>
5. Информационен митнически портал. [www.info.mitnica.com](http://www.info.mitnica.com)

6. Национален статистически институт, Държавна финансова статистика. [www.nsi.bg](http://www.nsi.bg)

7. Правилник за прилагане на закона за акцизите и данъчните складове. <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135526226>

# „НОРМИРАНАТА“ ДЖЕНДЪР СВОБОДА НА БАНКИТЕ

*Александрина Панчева*

## THE QUOTAS AND GENDER FREEDOM OF BANKS

*Aleksandrina Pancheva*

### Abstract

The meritocratic principal in the composition of banks' boards is disrupted. And it is provoked, too. The years of false meritocracy caused the freedom to be transformed to quotas, that looked like suiting the gender with less presense there. The steps taken with the hard and soft law are oriented towards free choice - but in the future. Are the banks, pressed by the quotas, going to incorporate women as non-executive directors only, creating new stereotypes this way?

**Key words:** *meritocracy, gender quotas, gender laws and codes, tokenism, banks.*

### 1. Привидната меритокрация

По пътя към модерния пърформанс банките жонглират с дигитализацията, клиентските изживявания, екосистемите, топталантите, source-ингите, бизнес моделите и пр. А зад кадър остават хората, опосредствали четвъртата индустриална революция, но едва частично революционизирали се с нея.

В четвъртата индустриална революция се раждат и новите поколения. Технологично адаптивни и социално свободни, те искат промените и ги налагат по всички възможни посоки на реакция спрямо средата. И ако предходните поколения създадоха джендър стереотипите във властта и я предоставиха в ръцете на белите образовани мъже, то новите не поставят бариери. Те са технологично иновативни и стереотипно незаинтересовани. И не само защото са част от новото хилядолетие, а защото при тях липсват необходимостта от оценка според дискриминационните детерминанти. За тях демографските характеристики не определят



способностите на човек да учи, работи, гласува, мисли, взема решения, управлява. Те отчитат онова, което стои в основата на меритокрацията – свободата да бъдеш избран, защото искаш, можеш и знаеш.

*Меритократичните принципи* се основават на допускането, че всеки, независимо от пол, класа, раса и сексуална ориентация и пр., има еднакви възможности да напредва, единствено на база индивидуалните си достойнства – знания, умения, желания, амбиция.<sup>1</sup>

Но човек не живее и не е произлязъл от изолираната работна среда, поради което сред факторите, опосредстващи меритократичната среда/общество, се прокрадват и такива от немеритократичен тип – семейно благосъстояние, семеен произход. И ако „уж шансът за всички“ предполага добро образование, усилена работа, амбиция, то немеритократичните връщат към онази еднаквост в социалните слоеве и класи, неизказвана с думи, но показвана с дела (Kim, Choi, 2017).

И десетилетията стереотипизиране на жените потвърждават горепосочените опасения за съществуването на меритокрацията. Дори самият Young изначално казва, че тя предполага общуване само с хора от аналогични социални слоеве и икономически класи. И тези стереотипи, формирали все още съществуващия „стъклен таван“, не позволяват на жените „да докоснат небето с ръка“.

Но тези „замитани под килима“ и омаловажавани от финансовия свят проблеми – „*привидната меритокрация*“ и формираните „*стъклени тавани*“, особено при висшите управленски нива, попадна под натиска на законодателството. Законодателят е този, който се опитва да възстанови естественото равновесие в компаниите относно джендър равнопоставеността и

---

<sup>1</sup> Концепцията за меритокрацията е създадена от Young (1958, „The rise of meritocracy“), но идеята за разпределение на властта и ресурсите въз основа на заслугите не е нова. Още в Конфуцианските времена в Китай, меритократичната система, основана на добродетелите и честността, заменя системата на унаследените силови позиции. Меритократични идеи издигат още и Аристотел, Платон и Дж.С.Мил в края на 1800-те години.

разнообразието във висшите ешелони на властта.

Тълкуването на меритокрацията от позицията на джендър политиките поставя следните въпроси: „Не искат ли жените именно това, което през годините остана „другата меритокрация“?, „Нарушава ли се меритократичния принцип, при условие на джендър квоти, ако в условията на свободни права са създадени стъклените ограничения?“, „За кого е „меритократичното“ мерило?“, „Токенизъм или реални усилия са джендър квотите при неизпълнителните директори“? <sup>2</sup>

*Rainbow Murray (Murray, 2016)*<sup>3</sup> казва: „В един идеален свят няма нужда от джендър квоти. Истинското джендър равенство означава избор на хора по качествата им, не по пола, и без да има нужда от изкуствено засилване на баланса. Проблемът е, че светът, в който живеем, е далеч от идеалния, и далеч от меритократичния. И докато това е така, за жените, изключени от бордовете на база пол, квотите са най-добрият начин по пътя към меритократичния идеал“... „стимулирането на участието на жените в бордовете чрез квоти помага да се реши проблема по три начина. Първо – дава се възможност на жените да принадлежат на тези позиции. Второ – помага да се преосмисли отношението и да се пречупят психологическите асоциации с компетентността и членовете на борда с мъжете. Трето – поставя повече жени в позиция, която да осигури бъдещо участие на жените в бордовете“.

Донякъде реплика на горното твърдение прави Ruth Sealy:<sup>4</sup> „... квотите нарушават чувството за меритокрация, легитимност и демокрация. Всички свидетелства показват, че ние не живеем в

---

<sup>2</sup> Практика да се правят само символични усилия, особено при наемане на група хора от непредставени групи, с цел да се удовлетворят критерии за равенство на работната сила.

<sup>3</sup> Рейнбоу Мъри е професор по политически науки в университета Куин Мери в Лондон и експерт в областта на джендър политиките. Автор е на книгите: *Parties, Gender Quotas and Candidate Selection in France*, Palgrave Macmillan, 2010; *Cracking the Highest Glass Ceiling: A Global Comparison of Women's Campaigns for executive office*, Praeger, 2010.

<sup>4</sup> Професор по организационни учения, Exeter University Business School.

меритокрация и по някакъв начин жените биват игнорирани от пула от таланти на по-високите йерархични нива. По ирония на съдбата, проблемите на легитимността се открояват за жените, когато те са единственият „различен“ кандидат в стаята, с цялата негативна групов динамика на токенизма. И тези проблеми се преодоляват чрез джендър квотите. Затова ако действително се счита, че мъжете не са подходящи за лидерски позиции, квотите са рационален и законен отговор на структурните бариери, осигурявайки по-меритократични резултати...“ Но ако това не е така? Това поражда и други въпроси: „Как да измерим успеха на бордовете, ако се приветства токенизма, и как – ако действително се включат жените в управлението? В кои направления се търси промяната и успеваемостта на борда?.

## **2. Джендър факторът в процеса на вземане на решение – глобални законодателни инициативи**

Фразата „правото на жената е правото на човека“ придобива популярност през 90-те години на 20 в. Използвана в кампании, призоваващи към международни правни норми за пълното социално приемане на жените в обществения живот, тя поставя акцент върху размитото разбиране, че правата на човека принадлежат по право на всички хора (Charlesworth, 2014).

Един от първите документи, подкрепили законодателно правата на жените, е Конвенцията на ООН за ликвидиране на всички форми на дискриминация на жените (UN General Assembly, 1979), имаща сила на международен договор. Последващи предприети законодателни мерки са *Виенската декларация и Програмата за действие* (World Conference on Human Rights, 1993), както и *Глобалната стратегия за стимулиране на джендър равенството на ООН* (UNDP gender equality strategy, 2014). В групата на наднационалните ориентири, към които се придържа и европейското законодателство, е и т.нар. *Програма от Пекин* (Четвъртата световна конференция на ООН за жените, 1995) със съответната *Платформа за действие*. Подписалите я държави (189 страни членки на ООН) приемат и се обвързват с прилагането на

Платформата за действие, като гарантират, че *„джендър проблемите са отразени във всички странови политики и програми“*.

Платформата засяга и един от важните въпроси днес, стоящ в основата на джендър квотите за висшите етажи на властта в организациите. В частта на платформата за действие, насочена към политическо участие и права на жените и вземане на решения, се посочва и стратегическа цел номер 2 – *„Повишаване капацитета на жените за участие във вземането на решения и за лидерство“*.

Как се ориентира европейското законодателство спрямо задължителния характер на горепосочените конвенции, програми и платформи за действие?

Исторически Европейската икономическа общност индикира по-рано от ООН елементи на равенство между мъжете и жените. В договора от 1957 г. съществува препратка към джендър дискриминирането, отнасяща се до *принципите за равно заплащане* между мъжете и жените за една и съща работа (чл. 119 ЕЕС Treaty (1957), транслирана и към последващите редакции на договора за днешния ЕС – чл. 141 от Договора от Амстердам (1999 г.) и чл. 157 от Договора за функциониране на ЕС (ДФЕС). Промеждутъчно се интерпретират основно проблемите, свързани със заплащането и разнообразието на жените, без да се упоменават ръководните позиции и вземането на решение. Договорът от Амстердам (1999), както и този от Лисабон подчертават с по-голяма сила значението на принципите на недискриминация и равенство като основни в правото на ЕС. Законодателството претърпява еволюция в посока транслирането му към националните нива. Такива са решенията на *Договора от Ница* (2001) и на *Договора за европейската Конституция* (2004), които акцентират върху необходимостта от *национални планове за действие за насърчаване на равнопоставеността между половете*.

В контекста на *стъкления таван и възможността на жените да участват в управлението*, интересът на ЕО е от по-късни години. Той е представен първо в *„Резолюция на Съвета от 12 юли 1982 г. за промотиране на равни възможности за жените“* и в последващата *„Препоръка на Съвета 84/635/ЕИО относно*

*насърчаването на положителни мерки, насочени към жените от 13 декември 1984 г.*“

Систематизираното значение на *„Препоръка 84/635/ЕЕС относно насърчаването на положителни мерки, насочени към жените“* е ориентирано към насърчаване на участието на жените в различни професии и сектори, в които са слабо представени, особено в секторите на бъдещето, както и на *по-високи нива на отговорност*, за да се постигне *по-добро използване на всички човешки ресурси*; да се насърчат жените особено по отношение на отговорните длъжности, както и активното им участие в органите за вземане на решение.

В рамките на *„мекото законодателство“*, в Европа се приема и *Европейската пътната карта за равенство на жените и мъжете (2006 – 2010)*, базирана на *Общата рамкова стратегия за равнопоставеност на половете (2001 – 2005)*. Пътната карта представя ангажимента на Европейската комисия за работа в областта на равнопоставеността на половете и насоките за засилване на сътрудничеството в тази област със страните членки.

Политиката за равенството между жените и мъжете е заложена и в *„Хартата на основните права на Европейския съюз“* и в *„Европейския пакт за равенство между половете“*. Съгласно чл. 23 от *Хартата (Харта на основните права, 2012)* „...равенството между жените и мъжете трябва да бъде гарантирано във всички области, включително заетостта, труда и възнаграждението. Принципът на равенството не пречи на запазването в действие или приемането на мерки, предвиждащи специфични предимства в полза на по-слабо представения пол...“

Според *Европейския пакт за равенство между половете (Европейски пакт за равенство между половете, 2011—2020г.)* се цели застъпеното в амбициите на ЕС законодателство относно равенство между половете в контекста на *премахване на свързаните с половете стереотипи*, гарантиране на *равно заплащане* за равен или равностоен труд, насърчаване на *овластяването* на жените, насърчаване на равното участие на жените и мъжете *при вземането на решения* на всички равнища и пр.

Не на последно място от групата на инициативите за подобряване придвижването на жените и равното им третиране по пътя към изпълнителната власт, е и *Стратегията на ЕС* относно джендър равенството, която стои в основата на предложената по-късно директива. В контекста на разглежданата тематика, сред приоритетните за периода 2010-2015 г. области влиза равнопоставеност при вземането на решения, *запазена и в следващия период* (Стратегия 2010; 2016).

### **3. Директива за подобряване на баланса между половете сред неизпълнителните директори на дружествата, допуснати до борсова търговия**

Въпросът за джендър разнообразието в корпоративните бордове става приоритет в политическата програма на Европейската комисия от 2010 г. насам, когато стартира „*Стратегия си за равенство между жените и мъжете*“ и излиза предложението за „*Директива за подобряване на баланса между половете сред неизпълнителните директори на дружествата, допуснати до борсова търговия*“ (ЕК, COM/2012/0614).

Аргументите на ЕС за подобна директива са следните: (Women on boards, 2012)

- (1) *подобрен корпоративен пърформанс;*
- (2) *отражение на пазара;*
- (3) *по-добро качество на вземането на решения;*
- (4) *подобро корпоративно ръководство и етика;*
- (5) *по-добро използване на фонда за таланти.*

В Директивата са заложили квоти за 40%-но участие на *по-слабо представения пол сред директорите без изпълнителни функции*, както и изискване за въвеждане на предварително определени, ясни, неутрално формулирани и еднозначни критерии в процедурите за подбор на висши кадри. Целта на тази квота е намиране на точния баланс между това да се осъществи политиката на разнообразието в бордовете от една страна, а от друга – да бъдат сведени до минимум смущенията в ежедневно управление на организациите.

Според очакванията на ЕК, директивата ще доведе: (1) до премахване на бариерите пред жените при стремежа им за израстване и участие в органите за вземане на решение; (2) до подобряване на корпоративното управление; (3) до по-добри резултати на дружествата.

Предложението за *Директива* е прието на първо четене в Парламента на Европа през ноември 2013 г. при подкрепа на основните политически сили, но не и на второ. *Какво и защо се случва?*

Отговор на този въпрос се открива в част от мотивираните становища на отделните страни членки на ЕС. Сред тях прозират *три основни причини*, а именно: нарушаване на принципите на (1) субсидиарност, (2) пропорционалност и (3) предоставена компетентност. Какво предполага това?

*Принципът на субсидиарност*, дефиниран в член 5 от Договора за Европейския съюз, има за цел да гарантира, че „решенията се вземат възможно най-близо до гражданите...обосновано в светлината на възможностите, съществуващи на национално, регионално и местно равнище“. Съобразно този принцип, ЕС не предприема действия, ако те не са по-ефективни от тези, предприемани на национално, регионално и местно равнище. Той е тясно свързан с принципа за *пропорционалност*, изискващ *всяко действие на ЕС да не превишава необходимото за постигане на целите на договорите*.

Според Сената на Полша (Сенат на Полша, 2012) „...предложението за Директива се стреми да измести страните при приемането на правила ..., а не се стреми към постигане на целта по по-добър и по-ефективен начин на равнище ЕС .... само частично регулира ... и няма да помогне за премахването на бариерите, които ограничават свободите на вътрешния пазар...“. В допълнение на становището на Сената, Сеймът счита, че (Сейм на Полша, 2012): „...квота за участие на жените от най-малко 40 % единствено за постовете на директори без изпълнителни функции, не е в съответствие с принципа на субсидиарност ... в предложението не се установява фиксирана задължителна цел за членовете на

изпълнителните съвети, поради по-голямата нужда от специфични познания и опит в ежедневното управление на дружествата“. Тези препоръки „...насърчават участието на жените само в роли, изискващи по-малко специфични за сектора познания и по-малко опит в управлението, като всичко това служи за *утвърждаване на стереотипите, вместо да ги премахва...*“.

Подкрепа за нарушения принцип на субсидиарност дава и Швеция „...поради проблемите при назначаване на акционерите, които на свой ред определят бордовете, а това е приоритет на самата страна и акционери...“, както и Норвегия, според която „...по силата на принципа на субсидиарност ЕС действа само в случаите, в които действията му са по-ефективни от националните действия, т.е. когато целите на предвиденото действие не могат да бъдат постигнати в достатъчна степен от самите държави членки...“, а в случая това не е така. За парламента на Чешката република (Парламент на Чешка република, 2012). „...предлаганата правна основа не позволява приемането на предлагания акт на равнище Съюз ... евентуалното определяне на законово задължителни квоти е извънредно и крайно решение, което може да бъде прието само след обширни разисквания в националните парламенти, и към което може да се пристъпи само в случай, ако всички останали мерки, основани на принципа на доброволното участие, не са дали резултат...“.

По отношение на предоставената компетентност, в Договора за ЕС се казва, че Европейският съюз действа единствено в границите на компетентност, която държавите членки са му предоставили. „...Цитираната разпоредба би позволила приемането на мерки за равенството между половете само в областта на заетостта и труда. Предложението не взема предвид различните форми на заетост на членовете на надзорните съвети в отделните страни членки. Следователно обхватът на Предложението за директива би бил разширен извън правното основание за приемането ѝ...“. Това на свой ред *нарушава принципа на пропорционалност*. И тъй като Проектът за директива се основава на недостатъчното участие на жените в управителните съвети, то ЕС може да направи така, че да



се подобрят условията на прозрачност и обективност на критериите за подбора на членове, „...без да се създават задължителни квоти.“

Това, че Проектът за директива все още не е приет на второ четене, не отхвърля идеята за подкрепа на жените в управлението. В тази връзка отделните законодателни органи в страните приемат и *твърдо и меко законодателство*.

Потвърждение на горепосочените възражения и това, че все пак страните не отхвърлят идеята на ЕС, са предприетите законодателни мерки в страните:

Таблица 1

### Законодателни инициативи за джендър равноправие в бордовете в част от страните от ЕС

Белгия: (1) 33% за ръководители и изпълнителни директори на държавни и листвани дружества до 2017 г. и при регистрирани МСП - до 2019 г.; (2) Кодекс за корпоративно управление от 2009 г. - препоръчва съставът на борда да се определя на базата на джендър разнообразие.
Германия: На ниво борд, въвеждането на квоти в Германия е представено през 2015 г. със „Закон за равно участие на мъжете и жените в лидерски позиции в частния и държавния сектор“. Законът изисква фиксираната задължителна 30%-на квота квота да бъде приложима към изпълнителните директори и към по-непредставения пол (предимно в надзорните съвети). За компаниите, несъответстващи на горепосочените изисквания, са приложими <i>индивидуални квоти</i> – индивидуално определени от всяко засегнато дружество за членовете в бордовете. Според немското законодателство, санкциите за неспазването изискванията за квотите, са два типа: чрез „празни места“ в борда или <i>административни глоби</i> . Наказанието „празни места“ предполага, че ако при изборите не се постига поставената квота, те се считат за невалидни. Съответните места в борда остават свободни, докато нови избори не дадат желаните резултати. Ако това не се случи отново, членовете на борда могат да бъдат назначени от съда, съгласно приложение на закона. Подобно е и състоянието със заместниците на членове на борда, за които при неизпълнение на квотните изисквания следва отстраняване.
Франция - през 2011 г. влиза в сила „Закон за балансирано представителство на жените и мъжете в изпълнителните и надзорни бордове и за професионално равенство French Parliament (2011). Законът установява

задължителна поне 40% квота за членовете от двата пола в бордовете на компаниите (независимо от борда, не само за изпълнителни директори). Това задължение се прилага за бордове на дружества от частния сектор, които са листвани на регулиран пазар и имащи три последователни финансови години най-малко 500 постоянни служители и нетен оборот/обща активи на стойност най-малко 50 милиона евро. Законът предвижда налагане на *санкции за несъответствие*. Ако съставът на борда не отговаря на задължителната квота за равенство между половете, се извършват временни назначения в срок от шест месеца, считано от момента на възникване на свободното място. При съставен незаконосъобразно борд (и в двата му вида) се спират плащанията за участие на членовете на борда. Те се възобновяват, когато съставът е в съответствие с изискванията. Към Закона от 2011 г. се добавя и допълнителен меха-низъм за частните компании, част от т.нар. „меко законодателство“ – AFEP/MEDEF кодекс (AFEP/MEDEF, 2016). Съгласно неговите предписания, компаниите са задължени да достигнат дял от 20% на жените в управленския състав в рамките на 3 години от тяхната среща на ОС на акционерите през 2010 г. или от приемането на акциите на дружеството на регулиран пазар и от 40% в рамките на шест години от всяко от събитията.

Италия - Политиката на джендър котиране във висшите управленски нива на публично търгуваните компании в Италия се базира на Закон №120 от 12/2011 г. (Italian Law no. 120, 2011), изискващ надзорният съвет (изпълнителните директори) да съдържа не по-малко от 1/3 от наличните места от непредставения пол. *Правните ограничения на Закон №120 са за три периода подред, след което той престава да бъде ефективен*. Законът се използва за даване импулс за промяна на статуквото, а временният му характер гарантира, че не е дискриминационен. *За неспазване изискванията на закона се налагат санкции*, приложими при специфичен алгоритъм: всяка от които влиза в сила при неизпълнение на предупреждения по предходните. Валиден е както за частния, така и за държавния сектор (Sicliari, 2015).

Наднационалния и национален регулаторен корсет на големите компании в ЕС, сред които попадат и банките, действително обръща политиката на доста голяма част от тях. Проблемът тук обаче не е само до „буквата на закона“, а и до „вътрешното желание“ за спазване на посочените нормативи.

В действителност, противоречията и породените въпроси идват

по следните направления: „С какво е заменена меритокрацията?“ и „Имат ли банките желание да се променят?“

Разсъжденията по първата посока идват по линия на директорите без изпълнителни функции, които обикновено не са ангажирани с ежедневния мениджмънт на компаниите, но са включени в политиката и планирането. В Препоръката на Комисията (ЕК, 2005) от 15 февруари 2005 г. относно ролята на неизпълнителните директори (non-executive directors – NEDs) или тези в надзорния съвет на листваните компании (supervisory board) се казва, че „Директорите без изпълнителни или надзорни длъжности се наемат за различни цели. От особено значение е тяхната роля в надзора на изпълнителните или ръководните директори и в справянето със ситуации, включващи конфликт на интереси. Надзорната роля на неизпълнителните или надзорните директори се възприема като решаваща в три области, в които потенциалът за конфликт на интереси на ръководството е особено висок: (1) *номиниране на директори*, (2) *възнаграждение за директорите* и (3) *одита*.“

Доскоро бордовете на финансовите институции бяха съставени само от мъже и то от две поколения. Днес, в тях се извършва трансформация. Клубът на мъжете е „атакуван“ от законодателните норми за женско участие. Едновременно с тях навлизат и поколения, за които не съществуват джендър стереотипи. През 2016 г. Европейският банков орган (ЕВА, 2016) публикува първия си доклад относно осъществяването на практики по разнообразие на базата на репрезентативни примери от финансовите и кредитни институции. Заключение на ЕВА е, че тези институции не отговарят на приетите от страните законодателства в степената, в която се очаква. Потвърждение на това дават и стойностите от 13,6% участие на жените в управлението на финансовите и кредитни институции в ЕС. Нещо повече, повече от 2/3 от институциите нямат жени изпълнителни директори и само 11% имат жена CEO. Що се отнася до надзорната функция, то само 18,9% от неизпълнителните директори са жени, а 39,2% са имали жени неизпълнителни директори.

Предприетите от страните мерки за законодателно стимулиране на джендър квотите продължават да носят промяна. Част от

големите европейски икономики със силно развити банкови системи вече берат плодовете на промените, докато други тепърва тръгват по този път. Дали обаче желанието на наднационалните регулатори за промяна към меритокрация не предизвикаха раждането на токенизма по високите нива на властта в банките дори и в тях? Доколко реално е включването на жените на властта и действително ли мъжкият банков свят е отворен за промяна?

### Използвана литература

1. French Parliament (2011) Act on the balanced representation of women and men on governing and supervisory boards and on professional equality (2011).

2. Aliberti, L. (2014). Women Directors, the Italian Way and Beyond, Financial Community Hub, Available from: [http://fchub.it/temp/FCHub%20Paper/women\\_directors.pdf](http://fchub.it/temp/FCHub%20Paper/women_directors.pdf) [Accessed 21/11/2017].

3. Charlesworth, H. (2014) Two steps forward, one step back?: The field of women's human rights, European Human Rights Law Review.

4. COMMISSION RECOMMENDATION on the role of non-executive or supervisory directors of listed companies and on the committees of the (supervisory) board (2005). Available from: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005H0162&from=EN> [Accessed 21/11/2017].

5. AFEP/MEDEF - Corporate governance code of listed corporations (2016). Association Française des Entreprises Privées (AfeP) и Mouvement des Entreprises de France (Medef), Available from: <http://www.alstom.com/Global/Group/Resources/Documents/About/Corporate-Governance/Code%20AfeP-Medef%20November%202016.pdf> [Accessed 21/11/2017].

6. EBA REPORT ON THE BENCHMARKING OF DIVERSITY PRACTICES (2016), Available from: <https://www.eba.europa.eu/documents/10180/1360107/EBA-Op-2016-10+%28Report+on+the+benchmarking+of+diversity+practices%29.pdf> [Accessed

21/11/2017].

7. Kim, C. H., Choi, Y. B. (2017) How Meritocracy is Defined Today?: Contemporary Aspects of Meritocracy, Economics and Sociology, Vol. 10, No. 1, pp. 112-121.

8. Murray, R. (2016) Do we need gender quotas for the boardroom of the future?, DECEMBER 14, 2016, Available from: <https://www.raconteur.net/business/do-we-need-gender-quotas-for-the-boardroom-of-the-future> [Accessed 21/11/2017]

9. Siclari, D. (2015) Italian Banking and Financial Law: Supervisory Authorities and Supervision, part.2.4.3.

10. Strategic Engagement for Gender Equality 2016-2019, Available from: [http://ec.europa.eu/anti-trafficking/sites/antitrafficking/files/strategic\\_engagement\\_for\\_gender\\_equality\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/anti-trafficking/sites/antitrafficking/files/strategic_engagement_for_gender_equality_en.pdf)[Accessed 21/11/2017].

11. Strategy for equality between women and men 2010-2015, Available from: [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/documents/strategy\\_equality\\_women\\_men\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/documents/strategy_equality_women_men_en.pdf)[Accessed 21/11/2017].

12. Women on boards - Factsheet 1, The economic arguments (2012), Available from: [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/womenonboards/factsheet-general-1\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/womenonboards/factsheet-general-1_en.pdf) [Accessed 21/11/2017].

13. Европейски пакт за равенство между половете (2011-2020) Available from: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX%3A52011XG0525%2801%29> [Accessed 21/11/2017].

14. Парламент на Чешката Република (2012). Парламентът на Чешката република, КАМАРА НА ДЕПУТАТИТЕ, 2012 г., 274-та РЕЗОЛЮЦИЯ на комисията по европейските въпроси от 39-ото й заседание, проведено на 6 декември 2012 г. относно Предложението за директива на Европейския парламент и на Съвета за подобряване на баланса между половете сред директорите без изпълнителни функции на дружествата, допуснати до борсова търговия, и свързани с това мерки, 16428/12, СОМ(2012) 615).

15. Предложение за ДИРЕКТИВА НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И НА СЪВЕТА за подобряване на баланса между половете сред директорите без изпълнителни функции на дружествата, допуснати до борсова търговия, и свързани с това

мерки (2012), **COM/2012/0614 final - 2012/0299 (COD)** , Available from: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:52012PC0614&from=EN> [Accessed 21/11/2017].

16. Сенат на Република Полша (2013). Мотивирано становище от Сената на Република Полша от 9 януари 2013 година относно предложението за директива на Европейския парламент и на Съвета за подобряване на баланса между половете сред директорите без изпълнителни функции на дружествата, допуснати до борсова търговия, и свързани с това мерки (COM(2012)614 – C7-0382/2012 – 2012/0299(COD)).

17. Харта на основните права на Европейския Съюз (2012) Available from: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=celex%3A12012P%2FTXT> [Accessed 21/11/2017].

# ДЕТЕРМИНАНТИ НА СТРАТЕГИЧЕСКОТО ФИНАНСОВО ПЛАНИРАНЕ

*Владислава Георгиева*

## DETERMINANTS OF STRATEGIC FINANCIAL PLANNING

*Vladislava Georgieva*

### Abstract

The report focuses on key milestones in the strategic financial planning process. External and internal factors from the point of view of a company have been identified and analyzed, which should be taken into account when preparing, implementing and implementing a long-term financial strategy. Updated issues related to evaluation and choice of financial strategy were discussed.

**Key words:** *strategic financial planning, financial strategy, financial evaluation, strategic risk.*

Дългосрочното (стратегическо) финансово планиране поставя сериозни предизвикателства пред научната общност и корпоративния мениджмънт. Проблемите са свързани със стохастичния характер на голяма част от променливите, оказващи влияние върху бизнес развитието на стопанска единица, значителният планов хоризонт и точността при прогнозиране на ключови показатели.

В развитите икономически държави се ангажират огромни ресурси, време и изчислителна мощ за преодоляване на тези проблеми, защото според висшия мениджмънт стратегическото финансово планиране се явява „най-важната дейност за бъдещ успех на една бизнес организация“<sup>1</sup>. Липсата на стратегически финансови планове е една от основна причина за липса на фирмен просперитет и бизнес неуспехи. Последното в голяма степен отразява реалното състояние на съществуващите практики в мениджмънта на българския бизнес и това е една от причините за средна продължителност на една семейна фирма у нас да е едва

---

<sup>1</sup> [http://www.cfo.com/article.cfm/2990027/4/c\\_3046550](http://www.cfo.com/article.cfm/2990027/4/c_3046550)

около 3 години, докато в развитите държави е многократно по-дълъг<sup>2</sup>.

„Всяка личност, корпорация или нация трябва да знае кой или къде са те, къде искат да бъдат и как да стигнат до там!“<sup>3</sup>. От гледна точка на фирмения просперитет и завладяване на нови пазарни сегменти интерес представлява стратегическата визия (период между една и пет години). Последната възплъщава основните насоки за развитие, концертиращи усилия и ресурси, обосновано и систематизирано за постигане на желания резултат.

Стратегическото финансово планиране често се асоциира с финансовата стратегия на фирмата. И двете понятия са тясно свързани с дългосрочната политика на фирмата. Съществуват две схващания за същността и обхвата на стратегическото финансово планиране. Първото го разглежда в широк смисъл и го представя като цялостен процес, свързан с развитието на една бизнес организация за определен дългосрочен период от време. Според тази концепция финансовата стратегия е съставна част на стратегическото финансово планиране<sup>4</sup>.

Второто схващане третира стратегическото финансово планиране в по-тесен смисъл като го асоциира с процеса и стъпките, чрез които дадена бизнес организация може да реализира своите стратегически цели. Дава конкретен отговор на въпроса Как? (с какви средства, чрез какви механизми и източници на ресурси) като всички необходими стъпки са позиционирани в времето. Стратегическото финансово планиране кореспондира с оценяването на ресурси, разпределяне на бюджети, финансов анализ и идентифициране на най-ефективния дългосрочен план за максимизиране на фирмената стойност.

Обикновено една фирма създава своя дългосрочен финансов план непосредствено, след като от нейния мениджмънт са

---

<sup>2</sup> [www.mi.government.bg/bg/interviews-type-detail-330-.html](http://www.mi.government.bg/bg/interviews-type-detail-330-.html)

<sup>3</sup> Abell, D., „Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning“, New Jersey, Prentice-Hall, 1980.

<sup>4</sup> <http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/structure/strategic-planning/vmosa/main>



формулирани стратегическите цели и обекти, в съответствие с визията за развитие. Стратегическият финансов план включва алокиране във времето на всички дейности, ресурси, оборудване и материали, които са необходими за постигане на стратегическите цели. По конкретно това се изразява в следното:

- ❖ дългосрочна бизнес визия и обекти;
- ❖ оценка на бизнес средата;
- ❖ идентифициране на различните видове ресурси, необходими за реализиране на плана;
- ❖ изчисляване на необходимите натурални стойности на ресурсите;
- ❖ остойносттаване на всеки един разход за ресурс;
- ❖ изготвяне на общ бюджет за определен времеви хоризонт;
- ❖ идентифициране и стойностно оценяване на всички рискове и спорни въпроси относно елементите на вече съставения бюджет.

Изпълнението на стратегическия финансов план е критично за успеха на всяка бизнес организация. То обезпечава дългосрочният бизнес план с прецизност, като потвърждава, че целите са постижими от финансова гледна точка. Могат да бъдат разграничени три нива на стратегическо финансово планиране:

- ❖ корпоративно ниво;
- ❖ бизнес ниво;
- ❖ функционално ниво.

Стратегическият план на корпоративно ниво представлява набор от стратегически алтернативи, с които дадена бизнес организация е в състояние да управлява дейностите си едновременно в няколко индустрии и на няколко пазара.

Стратегическото финансово планиране на бизнес ниво показва как организацията ще ръководи и осъществява своята дейност в определена индустрия, на конкретен пазар.

Функционалното ниво включва разработване на стратегия и план за специфична функционална област, като маркетинг, финанси, производство и т.н.

Процесът на стратегическо финансово планиране (в широк смисъл) най-общо може да бъде разделен на пет последователни

стъпки:

**1.Формулиране на фирмена визия** - представлява набелязване на основните приоритети на бизнес организацията в дългосрочен план. Отразява базисни убеждения и ценности, които остават постоянни, независимо от бизнес климата, нивото на печалба или цикъла на продажбите за относително дълъг период от време.<sup>5</sup> Фирмената визия дава отговор на въпроси като :

Какво пазарен дял трябва да бъде постигнат?

В коя област организацията трябва да стреми към лидерски позиции?

Каква трябва да бъде нейната линия: "технология - продукт - клиент"?

Какви нови направления на развитие трябва да бъдат инициирани? и др.

### **2.Определяне на фирмените цели.**

Тук целта е да се превърнат намеренията фиксирани в стратегическата визия и бизнес мисия в конкретни цели за изпълнение и резултати. Формулирането на целите и съответно тяхното постигане помага на мениджърите да проследяват и контролират организационния процес.

### **3. Формиране на стратегия**

Стратегията на фирмата представлява отговора на управляващите на такива фундаментални бизнес въпроси като:

Да се фокусира ли фирмата върху една единствена дейност или да се ориентира към група от бизнес дейности;

Да се насочи ли фирмата към по широк кръг от клиенти или да избере конкретна (специфична) пазарна ниша;

Дали да развие обширна или тясна продуктова линия;

Как да фирмата да отговори на промяната в потребителското търсене;

Как да реагира на ново възникващия пазар и конкурентни условия;

Как фирмата да постигне растеж в дългосрочен план.

---

<sup>5</sup> <http://hrdailyadvisor.blr.com/2014/09/09/strategy-mission-and-vision-how-do-they-all-fit-together>

Стратегията трябва да съдържа краткосрочни и дългосрочни цели и трябва да обясни как тези цели ще бъдат постигнати. Стратегиите на бизнес организацията се развиват и актуализират с течение на времето, за да се приспособят към настоящите фактори, (като икономическите условия и нуждите на организацията и др.).

#### **4. Внедряване и изпълнение на стратегията.**

Реализирането на стратегията се постига, чрез конкретно избран стратегически финансов план (в тесен смисъл). В него се съдържат всички стъпки, финансово разчетени и информационно осигурени, през които трябва да се премине за да се постигнат фирмените цели. Там са калкулирани всички необходими разходи и са посочени източниците на ресурси за тяхното обезпечаване. Допълнително изпълнението на стратегията включва мениджърските действия по ръководство и надзор върху процеса на преследване и реализиране на стратегията, превръщайки я в работеща.

#### **5. Оценка на стратегията и контрол.**

Това е управленско задължение да се наблюдава развитието на бизнес организацията и да се отговори на въпроса, дали вътрешните фирмени процеси протичат правилно. Допълнително тук се включва и мониторинга на външното развитие на фирмата, свързано с нейния напредък. Слабо представяне, твърде малък прогрес или нови външни обстоятелства може да наложат коригиращи предписания и действия.

Така представено, като процес, стратегическото финансово планиране се обуславя от две основни групи фактори:

1. Външни фактори. Това са факторите обусловени от външната среда на една бизнес организация:

- икономически, политически и законови регулации;
- конкурентна обстановка и перспективи в сектора.
- възможности и заплахи за фирмата, продиктувани от икономическата и политическа конюнктура.

2. Вътрешни фактори:

Всяка една бизнес организация трябва да е наясно със своите конкурентни предимства, силни, слаби страни, способности и компетенции. Важно е организацията да отчита и взема предвид

всички определящи я признаци, за да може да бъдат набелязани реални действия за постигане на фирмени цели.

Личните амбиции и бизнес философия на изпълнителните директори много често определят насоките на развитие на бизнес организациите, но винаги трябва бъдат отчитани и реалните възможности, за да се постигне успешна реализация.

Досегашният опит в развитите демократични държави показва, че ценностите и фирмена култура, която се изповядва и налага от висшият мениджмънт оказва съществено влияние върху реализацията на стратегическите приоритети.

Практиката показва, че стратегическото финансово планиране обикновено се концентрира върху следните обекти:

- Разработване и внедряване на стратегически планове, които са в съответствие с фирмената визия, мисия и ценности;
- Създаване на организационни и бизнес планове на различните фирмени отдели;
- Идентифициране и оценяване на нови бизнес възможности;
- Осигуряване на обучение и квалификация свързани с планирането.
- Пазарни оценки и прогнози, детерминиращи прецизност при вземане на решения.
- Съгласуване на стратегическите планове с основния оперативен бюджет, както и с планиране на човешките ресурси и необходимостта от съоръжения и технологии.
- Контролиране на плановите показатели и измерване на резултатите.

Могат да бъдат очертани няколко приоритетни направления, където съвременното стратегическото финансово планиране намира приложение на макро ниво. На първо място това е пенсионната система. Системата за социална сигурност в много държави, така и в България е предмет на промяна. Размерът на натрупване при социалните фондове, демографските тенденции и бъдещето повишаване размера на персоналните пенсии трябва да бъдат обект на прецизно дългосрочно планиране.

На следващо място това е данъчната политика на държавата.

Координирането на концепцията за планиране на приходите от различни видове данъци с провежданата финансова политика е задължително условие за просперитет в икономиката. Трябва да се прилагат постоянно подходи за обвързване на данъчната политика с целите на финансовото планиране. Прецизният анализ на различни алтернативни политики и данъчните последици от всяка една от тях е необходимо условие при вземане на решения в процеса на финансово планиране.

Друго приоритетно направление на приложение на стратегическото финансово планиране се свързва с управлението на държавния дълг и бюджетния процес. Тук е от изключителна важност да се синхронизират и планират в дългосрочен времеви очакваните приходи и разходи в бюджета и паричните потоци по обслужването на държавния дълг.

Като заключение може да се каже, че прилагането на стратегическото финансово планиране при управлението на една бизнес организация, обуславя ефективността и постигането на желаните резултати. То се явява условие за обосновани и целенасочени действия от висшия корпоративен мениджмънт и гаранция за максимизиране на фирмената стойност в дългосрочна перспектива.

### **Използвана литература**

1. Abell, D., „Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning“, New Jersey, Prentice-Hall, 1980
2. Кръстев, Б. и Г. Георгиев, Корпоративни финанси, Авангард принт, Русе 2013
3. [www.cfo.com/article.cfm/2990027/4/c\\_3046550](http://www.cfo.com/article.cfm/2990027/4/c_3046550)
4. [www.mi.government.bg/bg/interviews-type-detail-330-.html](http://www.mi.government.bg/bg/interviews-type-detail-330-.html)
5. <http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/structure/strategic-planning/vmosa/main>
6. <http://hrdailyadvisor.blr.com/2014/09/09/strategy-mission-and-vision-how-do-they-all-fit-together>

# ПОЛЕЗНА ЛИ Е ПОЛИТИКАТА НА ПУБЛИЧНИТЕ КОМПАНИИ ОТНОСНО РАЗКРИВАНЕ НА НЕФИНАНСОВА ИНФОРМАЦИЯ НА ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦИТЕ ИМ?

*Павлина Димитрова*

## IS THE POLICY OF THE PUBLIC COMPANIES USEFUL ON THE DISCLOSURE OF NON-FINANCIAL INFORMATION ON THEIR WEB SITES?

*Pavlina Dimitrova*

### Abstract

All public companies are required to legally disclose financial and non-financial information. The ways of disclosing the information, the structure and the content of the information are reflected on the BSE website. In this report, the author will be clarified as far as the companies meet the requirements for setting up a own web-pages.

**Key words:** *public companies, non-financial information, best practices in information disclosure.*

Всички публични дружества са задължени законово да разкриват финансова и нефинансова информация. Начините за разкриване на информация, структурата и съдържанието на информацията са отразени в сайта на БФБ. Специално създадената секция „Добри практики при разкриването на информация“ е разделена на следните подсекции:

- Национален кодекс за корпоративно управление;
- Добри практики при разкриването на информация;
- Съдържание на интернет страниците на публичните дружества.

*Ясно конкретизирана е целта в Кодекса за корпоративно управление, а именно: „ да допринесе за повишаване конкурентоспособността на българските компании и да направи страната още по-привлекателна за чуждестранните инвеститори. Прила-*

гането на Кодекса от българските публични дружества ще доведе до формиране на адекватна на международната практика бизнес среда.“<sup>1</sup> Постановките в този кодекс изискват лоялност на ръководствата на компаниите към потребителите на информация (касае се за информация от годишните финансови отчети и допълнителна нефинансова информация), прозрачност, отговорност пред цялото общество. Предписанията в Кодекса трябва да се спазват или организацията да уведоми социума за причините довели до отклоненията. Последният принцип съществува под наименованието „спазвай или обяснявай“. Обясненията трябва да бъдат оповестени на интернет страниците на предприятията и в самите годишни отчети.

При оповестяването на информация е необходимо да се гарантира:

- Равен достъп на всички потребители на данни, независимо дали са бъдещи инвеститори, клиенти, доставчици, данъчни органи.

- Минимален обем на информация, структурирана по следния начин:

- данни за акционерната структура;
- устройствените актове на дружеството;
- данни за управителните органи;
- счетоводни отчети поне за последните 3 години;
- материалите за предстоящите общи събрания на акционерите на дружеството.

- информация за взетите решения от общите събрания на акционерите поне за последните три години;

- информация за одиторите;
- информация за предстоящи събития;
- важна информация, свързана с дейността на дружеството.

*Добрите практики при разкриването на информация са структурирани по следния начин:*

1. *Спазване на законовите задължения за разкриване на информация;*

---

<sup>1</sup> Национален кодекс за корпоративно управление, интернет ресурс, достъпен на: <http://download.bse-sofia.bg/pdf/CodeksBG.pdf>, с. 3.

2. Ясна политика и конкретни срокове за публикуване на информация;

3. Публикуване на прогнози и очаквания за резултати;

4. Създаване и поддържане на добре структурирана уеб-страница;

5. Оповестяване на директора за връзки с инвеститорите;

6. Публикуване на лични данни.

**Първата практика** – спазването на нормативните изисквания за разкриване на информация е от ключово значение за характеризирането на предоставената информация като прозрачна. Като негативна тенденция се отчита оповестяването на данни след установения срок, т.е. със забава или точно в последния ден от указания срок. В последния ден инвеститорите разполагат с минимално време за взимане на конкретни решения. Непубликуването на информация пък води до недоверие, което оказва влияние върху имиджа на компанията, а оттам върху пазарната ѝ стойност, стойността на акциите ѝ.

**Ясната политика** свързана с оповестяванията е позитивна тенденция за предприятието. Особено разкриването на резултатите от дейността на компанията влияе за нарастване на инвеститорския интерес.

**Публикуването на прогнози** – необходимо е прогнозата да се базира на подробен анализ, оповестен от мениджърите. В прогнозата трябва да се включват очакваните резултати и бъдещи дейности на компанията.

**Използването на интернет страница** като инструмент за връзка със заинтересувани потребители – акционери, бъдещи инвеститори, клиенти и др. контрагенти, се изисква поради ниските разходи, свързани с поддръжката на такъв вид комуникация.

**На длъжност „директор за връзка с инвеститорите“** би трябвало да бъде назначена личност, която да:

о има конкретен опит в областта, подходяща квалификация и образование;

о притежава умения за създаване на специален раздел в интернет страницата, в който раздел да се публикува постоянно



финансова и др. необходима информация;

○ избира конкретни медии за оповестяване на информация за дружеството на територията на България;

○ отговаря в срок на въпроси на инвеститори чрез интернет страницата;

○ организира „Ден на отворените врати“, като целта е да нарасне имиджът на предприятието.

**По отношение личните данни**, ако бъдат класифицирани като такива, е необходимо те да бъдат прикрити при оповестяване (при разкриване на сканирани документи в интернет-пространството) и да се изпратят подробно само на КФН.

*Съдържанието на интернет страниците на корпорациите* е ключово изискване от страна на Надзора, поради факта, че чрез сайтовете не само се публикуват новини и отчети, но и е създадена среда за комуникация, т.е. отговаря се на запитвания на контрагенти и други заинтересувани лица. За целта тук важна роля играе директорът за връзка с инвеститорите.

Секциите и подсекциите, оповестени на уеб сайтовете на предприятията имат следния вид (въз основа на препоръки и практики):

1. Секция „За дружеството“

**а/ Данни за дружеството:**

❖ *История на дружеството;*

❖ *Основна мисия на дружеството;*

❖ *Философия и стратегия на дружеството;*

❖ *Обръщение към инвеститорите от изпълнителния директор;*

❖ *Основен предмет на дейност;*

❖ *Основни продукти и услуги;*

❖ *Основни пазари и търговски партньори на дружеството;*

❖ *Сертификати за качество (на продуктите, на управлението);*

❖ *Информация за икономическата група.*

**б/ Информация за членовете на управителните и надзорните органи.**

- в/ Данни за акционерната структура на дружеството.**
- 2. Секция „Връзки с инвеститорите“**
- а/ Финансови отчети, в т.ч. данни за одиторите;**
- б/ Общи събрания на акционерите:**
- ❖ *Материали за предстоящи общи събрания;*
  - ❖ *Информация за взетите решения от общите събрания.*
- в/ Права на акционерите;**
- г/ Новини за дружеството, в т.ч. и вътрешна информация<sup>2</sup>;**
- д/ Устройствени актове и други корпоративни документи на дружеството:**
- ❖ **Устав;**
  - ❖ **Етичен кодекс на поведение на мениджмънта и служителите;**
  - ❖ **Програма за корпоративно развитие;**
  - ❖ **Правила за работа на Съвета на директорите, съответно**
- Управителния съвет;**
- ❖ **Инвестиционна програма**
- е/ Корпоративен календар;**
- ж/ Информация за цените на акциите на дружеството и активността на търговия.**

Трябва да се подчертае, че законово компаниите са задължени да оповестяват информация само относно: Общи събрания на акционерите, права на акционерите и новини за дружеството, в т.ч. вътрешна информация.

**За да бъде нагледно отразено доколко публичните компании спазват добрите практики в частта за създаване на полезна в съдържателно отношение и структура интернет страница, ще се извърши емпирично изследване на публичните**

---

<sup>2</sup> Терминът „вътрешна информация“ е определен в чл. 4, ал.1 от Закона срещу пазарните злоупотреби с финансови инструменти и се дефинира като „е конкретна информация, която не е публично огласена, отнасяща се пряко или непряко до един или повече емитенти на финансови инструменти или до един или повече финансови инструменти, ако публичното ѝ огласяване може да окаже съществено влияние върху цената на тези финансови инструменти или на цената на свързани с тях дериватни финансови инструменти“.

**дружества, които са активни на борсата към август 2017 г.** Няма да се включват компании с подадени заявления за deregистрация от борсата. Към настоящия момент са предоставили своите отчети 212 предприятия. Изследването ще бъде извършено като се спазят определени изисквания. Първо, за целта ще бъде определена извадката от компании, чиито данни ще се ползват и въз основа на които ще бъдат направени конкретни изводи и препоръки.

Обемът на извадката е изчислен по формулата<sup>3</sup>:

$$n = Z^2 \cdot S^2 / \Delta^2$$

където:  $\sigma$  – вариационен коефициент;

$Z$ – доверителен коефициент, който се определя от субективно допустимата гаранционна вероятност;

$\Delta$  – максимално допустима процентна грешка на средната аритметична величина.

Математическата обработка е извършена чрез Excel for Microsoft.

Статистически значима е извадка над 15% от изследваната съвкупност.<sup>4</sup> В този случай това са 32 компании. В изследването ще включим 50 предприятия с цел получаване на максимално коректни резултати. Имената на компаниите са включени в Таблица 1.

В зависимост от наличната информация ще бъде изчислен определен коефициент, който ще варира в стойности от 0 до 1. Възприемането на прости логични променливи се използва в научната литература с цел метрифициране на нечислови факторни величини. В този случай резултативната величина ще придобие количествени стойности. В настоящето изследване информацията по секции ще бъде фактор, а резултат ще бъде степента на

---

<sup>3</sup> Формулата е по : Петков, П. Статистика, Варна, 2001, с. 259.

<sup>4</sup> В случай, че обемът на извадката е достатъчно голям и позволява да се прояви Законът за нормалното разпределение на грешките. Счита се, че това условие е налице, ако обемът на извадката е най-много 1/5 от обема на генералната съвкупност. Източник: Величкова, Н. Обща теория на статистиката със статистика на вътрешната търговия. София: Наука и изкуство, 1978, с. 127.

достигане на „добрите практики“. В чуждестранната литература този методически инструментариум се използва отдавна. Liu, J., Eddie, I. използват 147 показатели, за да измерят и оценят финансовата отчетност на китайски компании, чиито ценни книжа се листват на фондовата борса. Те изчисляват т.нар *индекс на разкриване на информация*, като за получаване на неговата стойност използват бинарните променливи ( 0 – при отсъствие на показателя в проспекта за емисия на ценни книжа или в годишните отчети; 1- при наличието на показателят).<sup>5</sup> В случаите, когато информацията е разкрита частично в настоящия доклад, ще се използва коефициент 0,5.

Таблица 1

**Извадка на публичните дружества, участващи в изследването**

<b>Класификация на икономическият е дейности (КИД)</b>	<b>Наименование на публичното дружество</b>
Операции с недвижими имоти	Агро Финанс АДСИЦ-Пловдив; Арко Фонд за Недвижими Имоти АДСИЦ-София; Би Джи Ай Груп АД-София; Експат Бета АДСИЦ-София; Инвестиционна Компания Галата АД-Варна; Недвижими имоти София АДСИЦ-София
Преработваща промишленост	Алкомет АД-Шумен; Аркус АД-Лясковец; Арома АД-София; Асенова крепост АД-Асеновград; Балканкар-Заря АД-Павликени; Билборд АД-София; Булгарплод-София АД-София; Булгартабак-холдинг АД-София; Гипс АД-Кошава; Етропал АД-Етрополе; Лавена АД-Шумен; Ломско пиво АД-Лом; Момина крепост АД-Велико Търново; Монбат АД-София; Неохим АД-Димитровград;

<sup>5</sup> Liu, J. & Eddie, A. (2007). Determinants of disclosures of A-, B- and H-share companies. *Asian Review of Accounting*. 15 ( 1), p.72-92

<b>Класификация на икономически дейности (КИД)</b>	<b>Наименование на публичното дружество</b>
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	Д Джи Пи Ес Контрол ЕАД-София ; НУРТС България ЕАД, София
Търговия	Биоасис АД-София
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	Източна газова компания ЕАД-Варна
Финансови и застрахователни дейности	Авто Юнион АД-София; Агроенерджи Инвест АДСИЦ-София; Адванс Екуити Холдинг АД-София; Адванс Терафонд АДСИЦ-София; Актив Пропъртис АДСИЦ-Пловдив; БГ Агро АД-Варна; Б.Л. Лизинг АД-София; Болкан енд Сий Пропъртис АДСИЦ-Варна; Булленд инвестмънтс АДСИЦ-София ; Делта кредит АДСИЦ-София; Доверие Обединен Холдинг АД-София; Евролийз Ауто ЕАД-София; Еврохолд България АД-София; ЗАД Булстрад Виена иншурънс груп-София ; Българска фондова борса-София АД; Български фонд за дялово инвестиране АД-София ;ЗД Евро инс АД-София; И Ар Джи Капитал - 3 АДСИЦ-София; Инвестор БГ АД-София; Индустриален Капитал Холдинг АД-София;
Хотелиерство	Азалия I ЕАД-Варна; Албена АД-к.к. Албена; Златни пясъци АД-Варна
Професионални дейности и научни изследвания	Агрива Груп Холдинг АД-Варна; Енергоремонт Холдинг АД-София

Общият резултат за петте изследвани години показва, че най-стриктни при спазване на добрите практики относно интернет-страница са дружествата с икономическа дейност „Финансови и застрахователни дейности“. По-конкретно коефициентът достига най-висока стойност от 0,87. Първенци в тази област са *Българска фондова борса София АД* и *Инвестор БГ АД* София. Най-нисък е резултатът при икономическа дейност „Преработваща промишленост“, като движението на коефициентът тук започва от 0,22. Средното число за дейността е 0,444, под 0,5, което означава че представянето на информацията на уеб сайтовете е на незадоволително равнище.

*Вследствие подробно търсене в интернет пространството се установява, че 8% от компаниите нямат създаден собствен сайт. В този случай те изобщо не изпълняват установените добри практики. Това са 4 компании – Арко фонд за недвижими имоти АДСИЦ, Булгарплод-София ЕАД, Нуртс България ЕАД -София, Източна газова компания ЕАД- Варна.* По-конкретно картината при тях може да бъде описана така :

- Арко фонд за недвижими имоти АДСИЦ – съществува сайт на фирма ARCO Real estate, която обаче не се идентифицира като АДСИЦ. Втората фирма няма регистрация в Търговския регистър., т.е. не съществува в правния мир.

- *Булгарплод – София* ЕАД изобщо няма създаден сайт, дори такъв представящ продуктите ѝ.

- *Нуртс България* ЕАД, независимо че е създадено като отделно акционерно дружество, препраща към сайта на *Виваком*.

- *Източна газова компания* ЕАД – Варна, е представена чрез сайтовете на *БФБ* и *Инвестор БГ*, но няма собствена страница.

По отношение 23-те критерия могат да бъдат направени следните изводи:

- *Най-слабо е представената информация* при критерий „Обръщение към инвеститорите от изпълнителния директор“ – 0,04. Причината е, че само 2 предприятия са публикували такова обръщение. В тази секция би трябвало директорът да се ангажира с осигуряване и гарантиране пълната откритост и достъпност на

информацията, от която се нуждаят инвеститорите. По този начин нараства и имиджът на компанията. Очевидно е обаче, че този критерий силно се подценява.

➤ *Следващият критерий с ниски стойности е Корпоративният календар 0,08.* 4 компании са огласили данни за такъв календар и всички те развиват дейност в областта на финансовите, в т.ч. застрахователни услуги. Чрез корпоративния календар се дава възможност на акционерите, потенциалните инвеститори и на заинтересованите лица да бъдат информирани в какви срокове могат да се снабдят с необходимата им информация за финансовото и икономическо състояние на дружеството, какви са планираните и предстоящи събития през отчетния период.

➤ *Етичният кодекс на поведение на мениджмънта и служителите също е оповестен от ограничен брой предприятия.* От извадката само 10% са прикачили файл в сайта.

➤ *68% от компаниите не поддържат актуална информация за цените на техните акции или изобщо не оповестяват данни.* Другите 32% оповестяват определена информация, но от тях при 19% от предприятията е налице непълна или лишена от актуалност информация. Например наблюдават се дадени графики за цени на акции за 2013 г. без да се извършва обновяване или така отразени скали, че цената на акцията може да се разбере само приблизително (например със скали без ясно да се вижда точното число по скалата). В определени случаи се препраща към сайта на БФБ, като там евентуалният потребител би трябвало пак да избира име на компания, година, т.е. губи се времеви ресурс.

➤ *Сертификат за качество на продуктите – коефициентът е 0,33.* 66% от компаниите не са оповестили спазват ли изискванията за качество на предоставяния продукт или услуга. Вероятно голяма част от тях отговарят на изисквания по стандарт ISO 9001-2015 SGS, но не е публикувана информация за това нагледно.

➤ *Под 0,4 е коефициентът за публикуваните пазари и търговски партньори.* Значителен брой от дружествата или само споменават, че работят с пазари от няколко континента, или определят кои са континентите. Липсват данни за наименования на

държави, пазарен дял и наименования на контрагенти по страни. Само 30% от фирмите дават изцяло изчерпателна информация по пазари, контрагенти и дяла на износа. Основно това са фирми в преработващата промишленост и в областта на финансовите услуги.

➤ *Философията и стратегията на дружеството също са застъпени слабо.* 40% от извадката на компаниите обясняват своите възгледи относно развитието им в бъдещ период. От тези 40% 7 компании обясняват само с едно – две изречения или не конкретизират информацията. В този случай не може да се твърди, че информацията е полезна за потребителите.

➤ Всички други коефициенти са над 0.50.

Не винаги оповестената информация е полезна за инвеститорите. Например една компания разкрива информация за правомощията на директорите, но не и какви правила са въведени за тяхната работа. Или посочени са инвестиционни цели, но не и цялостна инвестиционна програма. При две компании се забелязва, че линка относно годишните финансови отчети не работи, трябва да се търси друго меню, при което разходите за време на необходимите данни нарастват. Едно предприятие е поместило ГФО до 2011 г. От гледна точка на това, че текущата година е 2017 г., информацията не е актуална. Наблюдава се, макар и рядко за цялостната изискуема информация да е посочена препратка към др. сайт <http://www.x3news.com>. В тази платформа обаче е необходимо отново търсене по компания, което не е удачно.

В резултат на извършено изследване могат да бъдат направени следните изводи и препоръки:

➤ От извадката нито една компания не е предоставила изчерпателна информация в двете посочени секции;

➤ Съществуват предприятия, които не са счели за необходимо да създадат своя собствена интернет страница. Тук вече се нарушава нормативно изискване за оповестяване на минимум информация, информация задължителна за разкриване;

➤ Оказва се, че институциите в сектор „Финансови и застрахователни дейности“ са с най-висок коефициент на оповестяване, което по-скоро е свързано с по-високата степен на



надзор върху тяхната финансова отчетност.

➤ При изследването отклоненията са свързани с факта, че се създава обща представа за дейността на дружеството и неговата бъдеща стратегия, отколкото да се дават конкретни насоки.

➤ В определени случаи ясно може да се определи, че липсата на информация или неясната информацията пряко въздейства за снижаване на качествената характеристика „разбираемост“ от страна на инвеститорите.

➤ Позитивните тенденции са свързани с прилежно предоставяне на данни, свързани с бъдещи събрания на акционерите, както и с решения от такива събрания. Оповестяват се и всички компоненти от годишните финансови отчети и годишните доклади за дейността.

➤ Надеждата е, че все по-голям брой предприятия ще разберат значението на „добрите практики“ не само за тях самите и техните контрагенти, но и за цялата икономическа система.

### **Използвана литература**

1. Българска фондова борса, (Online), Available from: [www.bnb.bg](http://www.bnb.bg)

2. Закон срещу пазарните злоупотреби с финансови инструменти, (Online), Available from: <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2135536081>

3. Национален кодекс за корпоративно управление, (Online), Available from: <http://download.bse-sofia.bg/pdf/CodeksBG.pdf>

4. Петков, П. 2001. Статистика, Варна.

*Интернет-страници на следните компании:*

5. Авто Юнион АД-София - <http://www.avto-union.bg>

6. Агроенерджи Инвест АДСИЦ-София- <http://agroenergy-invest.com>

7. Агро Финанс АДСИЦ-Пловдив - <http://agrofinance.bg/bg/>

8. Адванс Екуити Холдинг АД-София - <http://www.advancedequity.bg/za-nas/za-advans-ekuiti-kholding/>

9. Адванс Терафонд АДСИЦ-София - <http://www.advancedeterrafund.bg/za-nas/s-edin-pogled/>

10. Актив Пропъртис АДСИЦ-Пловдив - <http://www.aktivproperties.com/bg/home>
11. БГ Агро АД-Варна - <http://www.bgagro.bg>
12. Б.Л. Лизинг АД-София - <https://www.bl.bg>
13. Булланд инвестмънтс АДСИЦ-София - <http://www.bulland.bg>
14. Делта кредит АДСИЦ-София - <http://www.alfacredit-bg.com/show.php?gstoryid=83>
15. Доверие Обединен Холдинг АД-София - <http://www.doverie.bg/bg/home.php>
16. Евролиз Ауто ЕАД-София - <https://www.euroleaseauto.bg>
17. Еврохолд България АД-София - <http://www.eurohold.bg>
18. ЗАД Булстрад Виена иншурънс груп-София - <https://www.bulstrad.bg>
19. Българска фондова борса-София АД - <http://www.bse-sofia.bg>
20. Български фонд за дялово инвестиране АД-София - <http://bg-fdi.com>
21. ЗД Евро инс АД-София - <http://www.euroins.bg>
22. И Ар Джи Капитал - 3 АДСИЦ-София - <http://www.ergcapital-3.bg/bg/>
23. Инвестор БГ АД-София - <https://www.investor.bg>
24. Индустриален Капитал Холдинг АД-София - <http://www.hika-bg.com>
25. Етропал АД-Етрополе- <http://www.etropal.eu>
26. Лавена АД-Шумен - <http://lavena.bg/bg/>
27. Ломско пиво АД-Лом - <http://www.lomskopivo.com/intro.php>
28. Момина крепост АД-Велико Търново - <http://www.mkrepost-bg.com>
29. Монбат АД-София - <http://www.monbat.com/bg/>
30. Неохим АД-Димитровград - <http://www.neochim.bg>

# ВЪЗМОЖОСТИ ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ СЧЕТОВОДНОТО ОТЧИТАНЕ НА ПАРИЧНИТЕ СРЕДСТВА ПО СМЕТКИ НА БЮДЖЕТНИ ОРГАНИЗАЦИИ В БАНКИТЕ

*Ради Димитров*

## IMPROVING THE ACCOUNTING OF BANK ACCOUNTS OF PUBLIC SECTOR ORGANIZATIONS IN THE BANKS

*Radi Dimitrov*

### Abstract

The object of this paper is the banking services of public sector organizations. The subject is the organization of the individual chart of accounts of commercial banks. The aim of the scientific research is: presentation of objective opportunities for improvement of the accounting of the funds of the budgetary organizations through restructuring of the individual bank chart of accounts.

**Key words:** *budgetary organizations, bank accounts, individual bank chart of accounts.*

Трусовете в банковия сектор у нас през последните години придобиха нови измерения. След фалита на една от водещите по големина на активите търговски банки секторът в България е изправен пред нови и по-големи предизвикателства. Последните от своя страна включват и усъвършенстването на информационната система на ниво търговска банка. Като част от тази система счетоводната отчетност също се нуждае от оптимизиране и усъвършенстване.

Промените, предизвикани от Закона за публичните финанси<sup>1</sup> (ЗПФ) и въведените въз основа на този нормативен акт указания на Българска народна банка (БНБ) и Министерството на финансите (МФ) по отношение банковото обслужване на бюджетните организации засягат отчитането на паричните средства по банкови

---

<sup>1</sup> Обн. ДВ бр. 15 от 15 февруари 2013 г., посл. изм. и доп. ДВ бр. 43 от 7 юни 2016 г.

сметки на организациите от публичния сектор. Преструктурирането на индивидуалния банков сметкоплан би довело до по-добра организация и усъвършенстване на счетоводното третиране на посочените отчетни обекти в информационната система на банките.

**Обект** на настоящата разработка е банковото обслужване на бюджетните организации. Акцент се поставя върху счетоводното отчитане на привлечените средства по банков сметки на бюджетните организации в търговските банки.

**Предмет** на изследване е организацията на индивидуалния сметкоплан на търговските банки в частта на предвидените счетоводни сметки за отчитане на паричните средства по банков сметки на организации от публичния сектор.

**Основната цел** е да се очертаят обективни възможности за усъвършенстване на счетоводното отчитане на паричните средства на бюджетните организации чрез преструктуриране на индивидуалния банков сметкоплан.

Поддържаната **изследователска теза** в разработката е: *прилагането на подходяща номенклатура от синтетични счетоводни сметки за отчитане на паричните средства на бюджетните организации ще оптимизира цялостната организация на отчетния процес, с което ще се подобри качеството на информационното осигуряване в банките относно усвояването, разходването и управлението на средствата на публичния сектор.*

Настоящото научно изследване се ограничава до предлагането на възможности за усъвършенстване на индивидуалния сметкоплан на търговските банки по отношение на сметките за отчитане на привлечените парични средства на бюджетни организации.

Разработката е съобразена с постановките на действащото национално законодателство към 15 октомври 2017 г.

Банковото обслужване на клиентски сметки включва откриване, водене и закриване, както и извършване на платежни операции (в това число внасяне и теглене в брой), съгласно правилата на сключеното договорно споразумение между банката и съответния титуляр. Актуалността на настоящото изследване е предизвикана от постановките на чл. 151., ал. 1. на ЗПФ – от една

страна. Посочената разпоредба гласи, че „обслужването на банковите сметки и плащанията на бюджетните организации се осъществява от Българската народна банка и от банките по ред и начин, определени със съвместни указания на министъра на финансите и на управителя на Българската народна банка“ (Закон за публичните финанси, 2013, чл. 151., ал. 1.). Въз основа на цитираното може да се констатира, че при обслужването на сметки на бюджетни организации българското законодателство предвижда допълнителни условия и ограничения на титулярите на подобно сметки, както и правила, по които тези сметки се отчитат в отделните банкови звена. Друг съществен момент, който предизвиква актуалността на настоящата разработка, представлява прилагания индивидуален сметкоплан в търговските банки, който е разработен на база Националния банков сметкоплан (въведен през 1995 г.<sup>2</sup>). В номенклатурата от сметки на индивидуалния сметкоплан присъстват сметки за отчитане на привлечени парични средства (привлечен капитал) по сметки на бюджетни организации, които се отчитат в *Раздел 7 Сметки за приходи*. Поради факта, че предназначението на тези сметки е за отчитане на привлечен капитал, авторът поддържа тезата, че те трябва да бъдат „прехвърлени“ в *Раздел 1 Сметки за капитали*, което съответства и на параграфите на Международните стандарти за финансови отчети. Посоченото, от своя страна, ще предизвика подобряване качеството на информацията при съставянето на финансовите отчети на банките, проследяването на информация за усвояването, разходването и управлението на публичните средства от отделните бюджетни организации, а оттам и подпомагане на основните функции на Системата за електронни бюджетни разплащания

---

<sup>2</sup> Констатацията на автора е направена въз основа на практически проучвания на приложимия сметкоплан на действащи у нас търговски банки. Поради конфиденциалността на информацията и спазването на разпоредбите на глава осма от Закона за кредитните институции (Закон за кредитните институции, 2006), не се споменават съответните банки.

(СЕБРА)<sup>3</sup>.

По смисъла на разпоредбите на Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на сметки на бюджетни организации и бюджетни плащания БНБ и търговските банки имат право да откриват следните банкови сметки на бюджетни организации:

- текущи бюджетни сметки;
- текущи сметки за средства от Европейския съюз;
- текущи сметки за чужди (други) средства;
- текущи сметки за администриране на публични вземания.

Съгласно посочения подзаконов нормативен акт *текущата бюджетна сметка* е „сметка на разпоредител с бюджет“, която е „предназначена за събиране, разходване, съхраняване и отчитане на средства на бюджета на бюджетната организация“ (Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на сметки на бюджетни организации и бюджетни плащания, 2016, т. 8.19.). Подобна банкова сметка може да се води както в лева, така и в чуждестранна валута. За счетоводното отчитане на текущите бюджетни сметки в левове по отделни структури на бюджетните организации може да се предвиди в индивидуалния банков сметкоплан *подгрупа 172 Текущи бюджетни сметки в левове*, както предлага **Васил Меразчиев** (Меразчиев, 2007). Към тази подгрупа следва да се обособят следните синтетични счетоводни сметки с четириразряден шифър:

- *сметка 1721 Текущи бюджетни сметки на Централния*

---

<sup>3</sup> Съгласно т. 8.15. от Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на сметки на бюджетни организации и бюджетни плащания СЕБРА е „система за наблюдение на иницирираните плащания от включените в нея бюджетни организации и управление на плащанията в рамките на предварително зададени лимити. СЕБРА може да се използва и за плащания от централния бюджет, от сметки за средства от Европейския съюз, от сметки за чужди средства, за възстановяване на надрнесени приходи от администратори на публични вземания, както и в случаите на плащания съгласно чл. 154, ал. 15 и чл. 156 от ЗПФ. СЕБРА не е платежна система по смисъла на чл. 79 от Закона за платежните услуги и платежните системи“ (Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на сметки на бюджетни организации и бюджетни плащания, 2016, т. 8.15.).

*бюджет в левове;*

➤ *сметка 1722 Текущи бюджетни сметки на министерства и ведомства в левове;*

➤ *сметка 1723 Текущи бюджетни сметки на областните администрации в левове;*

➤ *сметка 1724 Текущи бюджетни сметки на общините в левове;*

➤ *сметка 1725 Текущи бюджетни сметки на Националния осигурителен институт (НОИ) в левове;*

➤ *сметка 1726 Текущи бюджетни сметки на Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) в левове;*

➤ *сметка 1727 Текущи бюджетни сметки на съдебната система в левове;*

➤ *сметка 1728 Текущи бюджетни сметки на Държавни висши училища (ДВУ), Българска академия на науките (БАН), Българска национална телевизия (БНТ), Българско национално радио (БНР), Българска телеграфна агенция (БТА) в левове;*

➤ *сметка 1729 Текущи бюджетни сметки на други бюджетни организации в левове.*

Аналитичното отчитане към посочените сметки може да се организира в зависимост от предназначението на самите сметки. Съгласно параграфите на Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на сметки на бюджетни организации и бюджетни плащания „сметките на разпоредителите с бюджет“ могат да бъдат:

➤ *сметки за наличности*, чието предназначение е „съхраняване на средства за касови операции в брой, закупуване на чуждестранна валута и други операции, определени от МФ и която е с режим на периодично служебно централизиране (зануляване) от обслужващата банка към определена от МФ сметка в БНБ“ (Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на сметки на бюджетни организации и бюджетни плащания, 2016, т. 8.18.);

➤ *транзитни сметки* с предназначение „събиране на левови постъпления, които са с режим на текущо служебно централизиране (зануляване) от обслужващата банка към определена от МФ сметка в БНБ“ (Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на смет-

ки на бюджетни организации и бюджетни плащания, 2016, т. 8.21.).

При необходимост бюджетните организации имат право да откриват текущи бюджетни сметки във валута, като за целта може да се обособи **подгрупа 182 Текущи бюджетни сметки във валута**, която да е с идентична структура като тази на **подгрупа 172 Текущи бюджетни сметки в левове**.

Банковите сметки на бюджетните организации за средства от ЕС също представляват „сметки на разпоредители с бюджет“. Тези сметки са свързани с получаването, разходването и като цяло управлението на средствата, финансирани по оперативните програми към Европейските структурни и инвестиционни фондове. За отчитане на финансовата подкрепа от ЕС в банките може да се обособи самостоятелна **подгрупа 173 Текущи сметки на бюджетни организации за средства от ЕС в левове**, към която да се предвиди следната структура от синтетични сметки:

➤ *сметка 1731 Текущи сметки за средства от ЕС на дирекция „Национален фонд“ в левове;*

➤ *сметка 1732 Текущи сметки за средства от ЕС на Разплащателна агенция към Държавен фонд „Земеделие“ в левове;*

➤ *сметка 1733 Текущи сметки за средства от ЕС на Управляващи органи/ Междинни звена в левове;*

➤ *сметка 1734 Текущи сметки за средства от ЕС на общините в левове;*

➤ *сметка 1739 Текущи сметки за средства от ЕС на други бюджетни организации в левове.*

По действащите разпоредби на Указания на МФ ДДС 06/2008 г., ДДС 07/2008 г. и ДДС 08/2008 г. само общините-бенефициенти имат право да откриват банкови сметки за управление на средствата от еврофондовете. Други, които имат право да разпореждат с подобни сметки са дирекция „Национален фонд“ към структурата на МФ и Разплащателна агенция към Държавен фонд „Земеделие“, които са сертифициращите органи<sup>4</sup> на европейските средства за

---

<sup>4</sup> Сертифициращ орган е институция от публичния сектор, която е отговорна за получаването, разпределението, управлението и мониторинга на средствата от ЕС.



България, както и органите, осъществяващи прякото управление и мониторинга на отделните оперативни програми – Управляващи органи и междинни звена. Останалите бюджетни организации усвояват и разходват средствата от ЕС чрез текущата си бюджетна сметка.

Общините-бенефициенти и техните подведомствени разпоредители с бюджет имат право да открият и водят една сметка за усвояване и разходване на средствата, администрирани от дирекция „Национален фонд“ и една за тези, администрирани от Разплащателна агенция към Държавен фонд „Земеделие“. На тази основа може да се предвиди и аналитичната отчетност към представените по-горе сметки. Следва да се отбележи, че последните се водят само в местна валута, което означава, че в индивидуалния сметкоплан на търговските банки не е нужно да се обособява идентична подгрупа сметки във валута.

По банковите сметки за чужди (други) средства на бюджетните организации се отчитат постъпилите парични средства от (Закон за публичните финанси, 2013, Допълнителна разпоредба, т. 42.):

- съдебни гаранции;
- гаранции за обезпечаване на временен внос;
- депозити за участие в конкурси и търгове;
- други гаранции, депозити и средства, временно съхранявани от бюджетната организация за сметка на други лица, включително събиране, разходване или временно съхраняване на средства за сметка на бюджети или на сметки за средства от Европейския съюз.

За тези средства може да се предвиди в индивидуалния сметкоплан на търговските банки подгрупа от синтетични счетоводни сметки **174 Текущи сметки на бюджетни организации за чужди (други) средства в левове**, която да е със следната структура:

- *сметка 1741 Текущи сметки за чужди (други) средства на Централния бюджет в левове;*
- *сметка 1742 Текущи сметки за чужди (други) средства на министерства и ведомства в левове;*
- *сметка 1743 Текущи сметки за чужди (други) средства на областните администрации в левове*

- *сметка 1744 Текущи сметки за чужди (други) средства на общините в левове;*
- *сметка 1745 Текущи сметки за чужди (други) средства на НОИ в левове;*
- *сметка 1746 Текущи сметки за чужди (други) средства на НЗОК в левове;*
- *сметка 1747 Текущи сметки за чужди (други) средства на съдебната система в левове;*
- *сметка 1748 Текущи сметки за чужди (други) средства на ДВУ, БАН, БНТ, БНР, БТА в левове;*
- *сметка 1749 Текущи сметки за чужди (други) средства на други бюджетни организации в левове.*

Очертаните сметки за чужди (други) средства в левове се разкриват при възникнала необходимост. Средствата по тези сметки постъпват и се разходват в съответствие с нормативните изисквания на МФ и БНБ. Бюджетните организации имат право да открият по една подобна банкова сметка. Изключения за откриване на допълнителни сметки се допускат след изрично разрешение на МФ.

Аналитичното отчитане по сметките от *подгрупа 174 Текущи сметки на бюджетни организации за чужди (други) средства в левове* може да се организира според вида, предназначението, източника и т.н. на чуждите (другите) средства.

Организациите от публичния сектор могат да откриват и текущи сметки за чужди (други) средства във валута, като за целта може да се предвиди *подгрупа 184 Текущи сметки за чужди (други) във валута*, която да е с аналогична структура.

Коренно различен е характерът на текущите сметки за администриране на публични вземания. Тяхното предназначение е „събиране на левови постъпления, които са с режим на текущо служебно централизиране (зануляване) от обслужващата банка към определена от МФ сметка в БНБ“. За целта обслужващата администратора на публични вземания търговска банка може да добави към индивидуалния си сметкоплан *подгрупа 175 Текущи сметки за администриране на публични вземания в левове*, която да притежава следната примерна структура:

- *сметка 1751 Текущи сметки за администриране на*

публични вземания на Централния бюджет в левове;

➤ сметка 1752 Текущи сметки за администриране на публични вземания на министерства и ведомства в левове;

➤ сметка 1753 Текущи сметки за администриране на публични вземания на общините в левове;

➤ сметка 1754 Текущи сметки за администриране на публични вземания на НОИ в левове;

➤ сметка 1755 Текущи сметки за администриране на публични вземания на НЗОК в левове;

➤ сметка 1756 Текущи сметки за администриране на публични вземания на съдебната система в левове;

➤ сметка 1759 Текущи сметки за администриране на публични вземания на други бюджетни организации в левове.

По тези сметки се отчитат както приходите и другите постъпления на бюджетните организации – разпоредители с бюджет, така и приходите, администрирани от Националната агенция за приходите, Агенция „Митници” и общинските звена за „Местни данъци и такси“ чрез техните поделения.

Аналитичната отчетност по очертаните синтетични сметки може да се организира в зависимост от вида на публичното вземане, респ. вида на бюджетния приход (данъчен, неданъчен) в полза на конкретната организация от публичния сектор.

Предложените синтетични счетоводни сметки са **пасивни**. Кредитират се при отчитане на увеличението на привлечените средства под формата на внасяне на суми в брой, входящи парични преводи и получаване на лихви. Дебитират се при отчитане намалението на привлечените средства на бюджетните организации, което се изразява в теглене на суми в брой, изходящи парични преводи и плащане на такси за банково обслужване. Чрез организиране на подходяща аналитична отчетност към синтетичните сметки за отчитане на паричните средства на бюджетните организации в банките ще се оптимизира информационното осигуряване на текущото и периодичното счетоводно отчитане и ще се подобри качеството на счетоводната информация, представяна във финансовите отчети.

С представените възможности за усъвършенстване отчитането на паричните средства на бюджетните организации в банките чрез предложените пасивни сметки се постига по-голямо съответствие между съдържанието на отчетния обект и установените от счетоводната теория, практика и законодателство понятия. Също така отчетността на тези средства на синтетично и аналитично ниво е пряко обвързана и с извършването на по-ефективен контрол от страна на банките, чрез което се осъществява по-тясно сътрудничество между обслужващите банки, бюджетните организации и контролните органи.

\*\*\*

Очертаните подгрупи счетоводни сметки за отчитане на паричните средства на бюджетните организации в банките следва да подпомогнат разходването, управлението и мониторинга на средствата на публичния сектор. Чрез въвеждането на отделни подгрупи банкови сметки, по които да се разпореждат отделните бюджетни организации с полагащите им се бюджетни средства, средства от ЕС, чужди (други) средства и администрирани публични вземания, се цели постигането на по-добра яснота и детайлизация на всеки един лев получени и разходвани публични ресурси. Последното от своя страна предполага усъвършенстване на функциите на СЕБРА и подобряване работата на банковия контрол и надзор от страна на БНБ и МФ по отношение на разходването на публичните парични средства.

Настоящата научна разработка не претендира за изчерпателност при разработването на темата. Възможностите за усъвършенстване счетоводното отчитане на паричните средства по сметки на бюджетни организации в банките не се изчерпват дотук. Развитието на електронните и комуникационните технологии в днешно време допринася за усъвършенстване на информационното осигуряване, в това число и на генерираната счетоводна информация в банките. Посоченото предполага и непрекъснато разработване на по-усъвършенствани модели за счетоводно отчитане на отделните отчетни обекти в банковите звена.

## Използвана литература

- Банков сметкоплан (2005) София: изд. "Нова звезда"
1. Закон за публичните финанси (2013) Обн. ДВ бр. 15 от 15 февруари 2013 г., посл. изм. и доп. ДВ бр. 43 от 7 юни 2016 г.
  2. Закон за кредитните институции (2006) Обн. ДВ. бр. 59 от 21 юли 2006 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 63 от 4 август 2017 г.
  3. Меразчиев, В., 2007. Съвременни теоретико-методологични проблеми на счетоводството в банките на Република България. Дисертационен труд за придобиване на научна степен "доктор на икономическите науки" ред. Свищов.
  4. Меразчиев, В., 2007. Примерен банков сметкоплан. Свищов: АИ "Ценов".
  5. Меразчиев, В., Баташки, Г., Ималова, Д., 2013. Бюджетно счетоводство. Свищов: АИ "Ценов".
  6. Меразчиев, В., Ималова, Д., Вечев, В., 2012. Банково посредничество (Счетоводни аспекти). Свищов: АИ "Ценов".
  7. Стоянов, Ст., Башева, Сн., Фесчиян, Д., 2012. Банково счетоводство. София: ИК-УНСС.
  8. Указание на БНБ и МФ № 03-13009 за обслужване на сметки на бюджетни организации и бюджетни плащания (2016).
  9. Указание на МФ ДДС № 06/04.04.2008 г. относно редът и начинът за предоставяне и отчитане на средствата на Националния фонд от структурните фондове на Европейския съюз и от Кохезионния фонд, както и на средствата на Разплащателната агенция към Държавен фонд „Земеделие” (2008).
  10. Указание на МФ ДДС № 07/04.04.2008 г. относно редът и начинът за предоставяне на общини на средствата на Националния фонд от структурните фондове на Европейския съюз и от Кохезионния фонд, както и на средствата на Разплащателната агенция към Държавен фонд „Земеделие” и тяхното отчитане (2008).
  11. Указание на МФ ДДС № 08/04.04.2008 г. относно въвеждане на нов код 7443 за извънбюджетни сметки на общини за получаване, разходване и отчитане на средства от определени европейски фондове (2008).

## ДДС ЗА ИНВЕСТИТОРИ

*Красимира Найденова*

## VALUE ADDED TAX FOR INVESTORS

*Krasimira Naydenova*

### Abstract

Investors on the Bulgarian capital market suffer serious problems with VAT enforcement by tax officials. This can lead to serious consequences as investors' transaction costs increase, and confidence and certainty as key factors for the attractiveness of the Bulgarian capital market are worsening. Obstacles to investors lead directly to their outflow, which is critical for the emerging Bulgarian market, which is still illiquid. The corrupted market worsens the financing of companies as it represents one of the only three sources of long-term venture capital and this hinders the sustainable development of the national economy.

*Key words:* VAT, capital market, investors, institutional efficiency.

### Въведение

Капиталовият пазар е единият от само трите източника на капитал за компаниите. Българският е възникващ и въпреки проблемите, които съпътстват развитието му, той вече е донякъде полезен за българските фирми. Привличането на инвеститори, които да купуват акциите и облигациите на българските компании, е един от важните аспекти на дългосрочното финансиране на фирмите, съответно на устойчивия икономически растеж и нарастването на благосъстоянието. Инвеститорите са готови да поемат риска на възникващия български капиталов пазар, но изискват гарантиране на правата си на собственост, на спазването на правилата и на изпълнението на договорите. Проблемът „ДДС за инвеститори“ поставя под съмнение както правата на собственост, така и институционалната ефективност на българските данъчни служби в аспекта на спазването на правилата. Тези

институционални предизвикателства са фактор, който влияе силно негативно на привлекателността на българския капиталов пазар.

### **1. Казусът „ДДС за инвеститори”**

Проблемът „ДДС за инвеститори” се състои в опитите на данъчната администрация да квалифицира оборота, формиран от продажбите на ценни книжа, като оборот за регистрация по ЗДДС.

Казусът би следвало да се счита за адекватно уреден в чл. 46 ал.1 т.5 от Закона за ДДС чрез текста „Освободена доставка е сделката, включително договарянето, свързана с дружествени дялове, акции или други ценни книжа и техни деривати”. Допълнително чл.96 ал.2 от същия закон определя условията за задължителна регистрация, а именно достигането на облагаем оборот в размер на 50 000 лв. Понятието „облагаем оборот” се определя като „сумата от данъчните основи на извършените от лицето облагаеми доставки, включително облагаемите с нулева ставка”.

Проблемите на инвеститорите произтичат от чл.96 ал.2 т.2 на закона, според който в облагаемия оборот се включват сумите, получени от лицата при извършените от тях доставки на финансови услуги. Според данъчните власти лице, чиито основни приходи са от сделки с ценни книжа (над половината от приходите) имат основна дейност „доставка на финансови услуги”, т.е. подлежат на регистрация по ЗДДС.

Проблемът би следвало да се счита за решен с текста на чл.8 ал.4 от Закона за пазарите на финансови инструменти, според който поддържането на позиции във финансови инструменти не се счита за извършване на дейност „инвестиционни услуги и дейности”, в които попадат и сделките за собствена сметка с финансови инструменти. В този смисъл доставка на финансови услуги може да извършва само лицензиран инвестиционен посредник и то като предлага такива сделки на други лица, не като инвестира собствения си капитал.

Допълнително НАП ежегодно изготвя пространни указания за прилагането на закона, включително и относно разликата между

„доставка на финансови услуги” (дейност, извършвана единствено от лицензирани инвестиционни посредници) и „инвестиции за собствена сметка в ценни книжа”. Според наръчника на НАП за 2017 г. „само когато операциите по придобиване и продажба на ценни книжа се осъществяват в рамките на упражняваната търговска дейност по сделки с ценни книжа, това представлява реална икономическа дейност, попадаща в обхвата на ДДС”. Тук отново се налага да се направи разграничение между упражнявана търговска дейност по сделки с ценни книжа – извършваната от инвестиционните посредници и инвестициите в ценни книжа, извършвани от лицата, инвестиращи за собствена сметка в ценни книжа. Според наръчника „приходи от ценни книжа и капитали извън обхвата на ДДС, са операциите, представляващи обикновено придобиване или продажба на дялово участие, когато нямат за цел използването на имуществото за получаване на редовен приход, както и операции по обикновено придобиване и продажба на други търгуеми ценни книжа, което се счита за обикновено управление на портфейлна инвестиция, както това би направило частно лице.” Допълнително е посочено, че „приходи от ценни книжа и капитали в обхвата на ДДС са приходи от ценни книжа и капитали, когато получаването им не е в резултат на обикновено притежаване на имущество, а представляват равностойност за извършена услуга” – т.е. инвестиционният посредник, извършил услугата, формира оборот, подлежащ на регистрация, не лицето инвеститор в ценни книжа. В раздел „Последици”, изрично се уточнява, че сделките по придобиване и продажба на дялови участия и други търгуеми ценни книжа, каквито са акциите, не формират облагаем оборот по чл.96, ал.2 от ЗДДС, докато сделките от приходи от ценни книжа, когато получаването им не е в резултат на притежание, каквито са комисионните на инвестиционните посредници, формират оборот за задължителна регистрация.

Въпреки пространните указания и съществуващите законови норми, органите на НАП по места периодично проверяват фирми, които основно се занимават с финансови инвестиции за собствена сметка. Тези проверки обикновено завършват с актове за нарушения



и като последица – задължително регистриране по ЗДДС, както и налагане на глоба.

Ненужната регистрация по ЗДДС представлява намаление на приходите от другите дейности на инвеститорите с 20%, което е директна загуба. Допълнително за фирмите нарастват административните разходи по управление на регистрирано лице, както и разходите за правни услуги при съдебно дело. Тези препятствия не винаги са преодолими за българските инвеститори, още повече, че законът се прилага не само за юридическите лица, но и за физическите. Проблемите пред инвеститорите са фактор за тяхното отдръпване от пазара, което намалява възможностите на компаниите да се финансират чрез капиталовия пазар.

## **2. Ефекти на проблема поради значението на капиталовия пазар за националната икономика**

Казусът „ДДС за инвеститори” би следвало да е частен и да не представлява интерес за научната общност, но последиците от него, в случаите, когато е масов, е логично да се разгледат в контекста на значението на капиталовия пазар за растежа на българската икономика.

Устойчивото развитие на националната икономика и растежът на производителността, съответно на БВП, изискват дългосрочни инвестиции с висока възвръщаемост. Наличието на ликвиден вторичен пазар за инвестициите в дългосрочни рискови проекти е фактор за тяхното нарастване, тъй като инвеститорите могат по всяко време да получат обратно парите си и капиталовата печалба от тях. Вторичните пазари следва да осигурят ликвидност и подвижност за инвеститорите и е възможно да спомогнат набирането на нови инвестиции, ако намалят ценовата нестабилност и са ефективни операционно, разпределително и информационно (Йорданов, 2009). Ликвидните пазари изискват голям брой инвеститори, съответната инфраструктура и достатъчно атрактивни компании, които да листват акциите си на регулиран пазар. Пречките пред инвеститорите са причина за намаляването на интереса им към пазара, съответно пазарната ликвидност се понижава.

Основна за нивото на растеж е концепцията на Азфар и Матесон (2003) за „пазарно-мобилизиращия капитал“ (market mobilized capital). Този капитал представлява инвестициите в собствен капитал и дълг, мобилизирани чрез капиталовия пазар в страната, като дял от БВП. Те са функция на местните спестявания, но достъпът до чуждестранен капитал чрез интеграцията и международното споделяне на риска, на практика прави размера на този капитал неограничен. Детерминанти на пазарно-мобилизиращия капитал са инвеститорската защита, защитата на кредиторите и прилагането на законите. Прилагането на законите е широко понятие и включва спазването им и от държавните институции.

Смисълът от съществуването на капиталов пазар, е той да е полезен за националната икономика. Ползите от този пазар са достъпът до капитал за компаниите, който пък се осигурява чрез броя на инвеститорите, които присъстват там. За да е полезен, капиталовият пазар трябва да е работещ. Намалението на активните инвеститори и емитенти ще направи от пазара скъп бутик, достъпен единствено за избрани.

Първият ефект на посочения проблем е свързан с мястото на капиталовия пазар като важен източник на капитал за компаниите - както на собствен чрез емисиите на нови акции, така и на привлечен чрез облигационните емисии. Този пазар най-бързо може да привлече чуждестранни инвеститори, а единствено те са в състояние критично бързо и в значителен размер да повишат пазарно-мобилизиращия капитал. Всички институционални пречки пред тях, водещи до повишаване на транзакционните разходи, ще предизвикат рязко намаление на чуждестранния интерес към българския капиталов пазар.

Българските инвеститори също могат да помогнат за финансирането на компаниите чрез капиталовия пазар. Предизвикателствата пред тях би следвало да са по-малко, тъй като отсъства явлението „home bias“ (предпочитание за инвестиции в местни активи). По данни от края на 2016 г. българските институционални инвеститори управляват активи на стойност 89 млрд лева, като основната част от тях са свободни средства на българските

граждани и фирми. Тези спестявания могат да се насочат и към капиталовия пазар, като по този начин ще опосредстват новите рискови проекти на фирмите и ще помогнат за устойчив и качествен растеж на националната икономика.

### **3.Ефекти поради значението на институционалната среда**

Институционалната матрица дефинира множеството на социалните и икономическите (включително инвестиционните) възможности за членовете на обществото (North, 2005), а според Knack и Keefer (1995) точно тя детерминира количеството и качеството на инвестициите. По-кратко е определението на North (1990) – институциите са правилата на играта в едно общество, които влияят върху стопанските резултати.

Значението на институциите за икономическото поведение на стопанските агенти изобщо и за инвестиционното им поведение в частност се дължи на две основни техни функции (Coase, 1992). Първата е свързана с правилата за поведение и степента, до която агентите ги спазват, а ефективността им в този смисъл пряко детерминира доверието, прозрачността и сигурността на инвеститорите (самите те задължително изисквани от инвеститорите). Неприлагането на правилата от страна на държавните данъчни служби директно понижава доверието и увеличава несигурността, а те са два от критичните фактори за развитието на капиталовия пазар.

Втората функция е свързана с транзакционните разходи за субектите на търговските договори - ако те са по-високи от печалбата от сделката, тя няма да се състои. Обществата с високи транзакционни разходи имат по-нисък стокооборот, по-малко компании, по-ниски специализация, инвестиции и производителност (Shirley, 2005).

Неефективната данъчна администрация създава високи транзакционни разходи за инвеститорите, които вече са на пазара. Тези фирми са отделили капитал за инвестиции в ценни книжа, те вече са убедени в необходимостта от капиталовия пазар. Не е нужно да бъдат привлечани, те вече са пазарни участници. Техните пари формират част от пазарно-привлечения капитал и дават на

компаниите алтернатива на банките, като едновременно задълбочават процеса на дезинтермедиация. Проблемите, произтичащи от тези действия на данъчната администрация, директно влияят на решението на инвеститорите да останат на пазара или да го напуснат точно чрез разходите, които те трябва да платят, за да обслужват дейността си. Това увеличение е причина за намаляването на транзакциите на всички пазарни участници, съответно пазарът става неработещ, тъй като разходите по сделките са по-високи от печалбите от тях.

### **Заклучение**

Некомпетентността на служителите в институцията НАП по елементарен казус, свързан с прилагането на ЗДДС, особено когато се проявява системно, може да доведе до сериозни отрицателни последици. В съчетание с несигурните съдебни отсъждания и ограниченото двуинстанционно производство, тази некомпетентност може да предизвика отлив на инвеститори, не само на българския капиталов пазар.

Спазването на правилата повишава доверието и намалява несигурността, а това са критични фактори за развитието на капиталовия пазар. От своя страна развитият капиталов пазар е фактор за устойчивото развитие на националната икономика, поради което институционалните пречки пред него би следвало да се преодолеят.

### **Използвана литература**

1. Йорданов, Й. (2009). Финансови инвестиции. Издателство „Лотос“.
2. Azfar, O., T. Matheson. (2003). Market-Mobilized Capital. *Public Choice*, 117.
3. Coase, R.H. (1992). The Institutional Structure of Production. *American Economic Review* 82(3).
4. Knack, S., P. Keefer. (1995). Institutional and Economic

Performance: Cross Country Tests Using Alternative Institutional Measures. *Economics and Politics* 7(3).

5. North, D. (1990). A Transaction Cost Theory of Politics. *Journal of Theoretical Politics* 2(4).

6. North, D. (2005). Institutions and the Performance of Economies Over Time. *Handbook of New Institutional Economics*, Published by Springer, The Netherlands, edited by Claude Menard and Mary M. Shirley.

7. Shirley, M. M. (2005). Institutions and Development. *Handbook of New Institutional Economics*, Published by Springer, The Netherlands.

# БАРИЕРИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИЯТА НА ВОДНИ ПРОЕКТИ В БЪЛГАРИЯ

*Зорница Стоянова, Борислав Атанасов*

## BARRIERS IN THE IMPLEMENTATION OF WATER PROJECTS IN BULGARIA

*Zornitsa Stoyanova, Borislav Atanasov*

### Abstract

The project process is limited in time, require adequate management of a qualified, multidisciplinary team of people, use of significant financial resources. This implies the emergence of many and varied barriers related to change in legislation, delay of payments, inefficient communication, administrative problems, etc. The aim of the paper is to evaluate and analyze barriers in the implementation of projects in the water sector in Bulgaria and on this basis to make recommendations for overcoming them.

*Key words: barriers, water sector, project management.*

### Литературен преглед на бариерите при реализация на водни проекти

Реализацията на водни проекти изисква определяне на конкретни цели и постигането на резултати, като проектният процес е ограничен времево, изисква адекватно управление на квалифициран, мултидисциплинарен екип от хора при използването на значителен финансов ресурс. Това предполага появата на множество и разнообразни по своята същност бариери, свързани с промяна в законодателството, забавяне на плащания по проекта, неспазване на сроковете по реализацията, неефективна комуникация, административни проблеми и др. Според редица автори, основните проблеми с практиките за управление на проекти са свързани с планиране, изпълнение на проекта, по-високи разходи, недостиг на време и качество (Alias, Zawawi, Yusof, Aris, 2014).

Съществуват много и различни виждания по отношение на

управлението на проекти и трудностите, които се срещат при реализацията им. Според някои автори, управлението на проекти се разглежда като “съвкупност от разнородни дейности с уникално съдържание за решаване на сложен нестандартен проблем при наложени ограничения относно време, разходи, качество и специфични изисквания към организацията на работата”(Пенчев, 2003). Едновременно с това, управленските процеси в проектния мениджмънт се разглеждат като приложения на знания, умения, средства и техники с широк обхват на дейности, свързани със специфичните изисквания на отделните проекти (Петкова, 2015). Заедно с изискванията и ограниченията, заложените в двете определения, особеностите на проектите във водния сектор налагат специфичен вид управление. То произтича от характеристиките на водните проекти, свързани с капиталова интензивност, тъй като изискват висока първоначална инвестиция, дългият период на възвръщаемост, както и интегрирането на концепцията за устойчивостта при реализацията им.

Някои от бариерите за проектите във водния сектор произтичат от спецификата на реализирането на водните проекти и относително по-дългия период на подготовка и реализация, като при тях се изисква осъществяване на прединвестиционни проучвания. Те са необходими, за да се установят конкретните нужди и необходимите инвестиции, чрез които да се гарантира оптимална ефективност. В редица случаи дългия период на подготовка затруднява процесите на кандидатстване и реализиране на проектите. Някои изследователи (Hertogh, Baker, Staal-Ong, Westerveld, 2008) споделят ползите от предварително осъществяване на административните процеси, още преди провеждането на тръжните процедури. В предварителната фаза на обявяване на тръговете е по-лесно да се обсъждат различни варианти със заинтересованите страни, за да се избегнат сложни договорни последици в последствие. Това обаче не винаги е възможно поради ограничения на пространственото планиране или законовите изисквания по тръжните процедури. Автори като Alias, Zawawi, Yusof, Aris (2014) споделят, че е необходимо да се вземат редица решения по време на процеса на управление на

проекта и че решенията на по-ранните етапи на проектирането имат по-голямо въздействие върху реализацията на проекта, отколкото тези взети на по-късен етап или по време на осъществяване на самия проект.

Редица автори разглеждат недостатъчния административен капацитет като бариера при реализацията на водни проекти. В повечето институции и участници в процесите, свързани с водния сектор, се наблюдава недостиг или липса на персонал, време, технически знания и експертиза (МОСВ, 2012). Според Национална стратегия за управление и развитие на водния сектор (2012), недостатъчният административен капацитет се съчетава и се преплита с проблемите в областта на политиката, поради прекалената фрагментация на функциите за водите между различни институции. В страната липсват стимули и/или санкции, които да доведат до засилване на хоризонталната координация между различните секторни политики. Едновременно с това бариера за проектното управление в сектора е и големият брой закони и подзаконовни актове, които често се променят и съществуват противоречиви текстове в отделни нормативни документи. Правителствените структури предприемат различни мерки за подобряване на стабилността и предсказуемостта на регулаторните си рамки по отношение на водата и управлението на проекти във водния сектор. Въпреки това, управлението, необходимо за поддържане на дългосрочни ангажименти в постоянно променяща се среда остава основно предизвикателство пред тях (OECD, 2009).

Пречка за реализирането на проекти във водния сектор се оказва липса на опит в намирането на външно финансиране и слаб финансов мениджмънт от страна на бенефициентите (най-често общини) (Winpenny, 2003). Много финансови институции са ограничени или са възпрепятствани да финансират органите, управляващи водните ресурси. В много случаи правната основа за субсидиране е слаба. Бюджетните ограничения са бариери за водния сектор, а институциите, управляващи сектора зависят от централизираното управление. (Winpenny, 2003)

Необходимостта от специализирани знания за реализирането



на проекти във водния сектор и техническите компетенции за водните проекти може да се окаже заплаха за техният успех. Неопределеността, липсата на опит и трудностите при набиране на информация прави управлението на проекти комбинация от изкуство, наука и логическо мислене (Хаджиев, Маринова, 2010). Някои автори (Hendrickson, Au, 1989) считат, че управлението на инфраструктурни проекти изисква познания както за съвременното управление, така и за проектантския и строителния процес. По-конкретно, управлението на проектите във водния сектор обхваща набор от цели, които трябва да отчетат освен икономическия и социалния фактор, но и екологичния.

Комуникацията е ключов елемент при управлението проекта и е основен фактор, който влияе на успеха или провала му. В редица случаи лошата комуникация в екипа се явява заплаха за успешното му приключване (Pies, Crisan, Muresan, 2010). Едновременно с това всеки член на екипа, работещ в проекта, има лично мнение и отговорност за причините за неговия провал (Montequina, Cousillas, Alvarez, Villanueva, 2016). Намирането на консултант за изготвянето на проектното предложение може да се окаже бариера за реализацията на проектното предложение и да повлияе на качеството на осъществяване на дейността (Харизанова, 2015).

Според някои проучвания (МОСВ, 2011), бариери, свързани с реализацията на проектите в сектор води се явяват изборът на одитор на проекта, координацията на екипа, осигуряване на експерти за съответните дейности по проекта, липсата на техническа помощ за организация и управление на договорите по проекта, осигуряване на необходимите документи за отчитане на дейностите, несправяне със срока на договора и др.

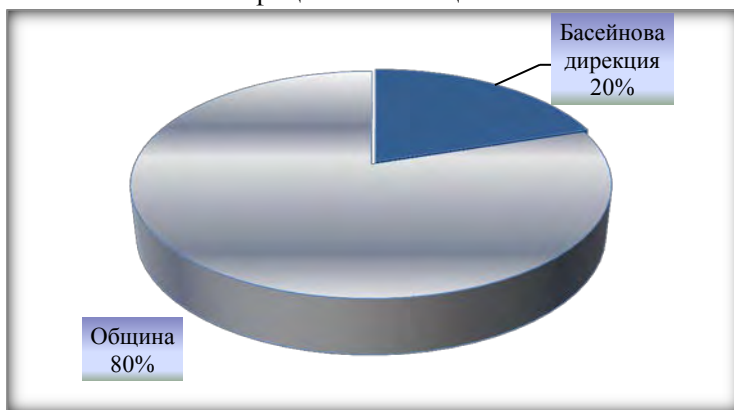
### **Методологична рамка**

Анализите в доклада представят резултати от университетски проект „Проектно управление на устойчивото развитие на водния сектор“ (Стоянова и колектив, 2015).

Целта на доклада е да се оценят и анализират бариерите при реализация на проекти във водния сектор и на тази база да направят

предложения за преодоляването им.

Анализът и оценката на бариерите при реализация на водни проекти се основава на информация от анкетно проучване. То е осъществено през периода юли-септември 2016 година. За целите на изследването са проведени структурирани интервюта с експерти от общини – бенефициенти по проекти по ос 1 от ОПОС 2007-2013. Анкетирани са експерти от 16 общини, разположени в 13 области и 4 райони на планиране и служители от четирите басейнови дирекции в страната. Разпределението на респондентите в зависимост от позицията им в общинската администрация показва, че 80 % от тях са от общини, а останалите 20 % са от басейнови дирекции (Фигура 1). Анкетирани са четирите басейнови дирекции в страната, т.е. извадката на този тип бенефициент обхваща 100 % от тях.



**Фиг. 1. Разпределение на респондентите в зависимост от позицията им като бенефициенти по проект във водния сектор**

*Източник: Собствено проучване.*

При определяне на изследваните общини са използвани критерии, свързани с тяхната проектна активност по отношение на кандидатстване и реализиране на проекти във водния сектор, с по-висок от средния за страната еквивалентен брой жители, с разнообразни бенефициенти и високи оценки на икономическата оценка на проектите във водния сектор. Всяка от избраната общини отговаря поне на 2 от посочените критерии.

За оценка на трудностите при реализацията на водни проекти в България са включени въпроси с цел да се набере информация за проблемите и бариерите при проектното управление на водния сектор и реализацията на водни проекти. Цели се оценка на трудностите, които се срещат в процеса на реализацията на проекта/проектите по Ос 1 Води, административните проблеми при отчитането на проекта и др.

С цел да се оцени въздействието на избрани индикатори върху реализацията на проекта е направена оценка на риска. Всеки индивидуален риск се оценява по скала от 1 до 3, както е посочено в таблица 1. Оценени са въздействията върху реализацията на проекта на следните индикатори: Промяна на законодателството във водния сектор, Неизпълнение на част от договора от страна на бенефициента, Неправилен подбор на технологии за реализация, Грешно изготвяне на бюджет, Напускане на служители от екипа на проекта, Неправилен избор на екип, Неспазване на срока за реализация на проекта, Забавяне на ключовите етапи на проекта, Неефективна комуникация, Недостатъчна информационна осигуреност, Неефективно разпределение на ресурсите по проекта, Забавяне на плащанията по проекта от страна на управляващия орган, Екологичен риск, Климатичен риск.

*Таблица 1*

### Скала за оценка на риска

Оценка	Възможност/Вероятност	Въздействие
1	Малка вероятност ( 0 -35 %)	Незначително въздействие
2	Средна вероятност (36 - 70%)	Критично въздействие
3	Висока вероятност (над 71 %)	Катастрофално

### Оценка на бариерите при реализацията на водни проекти

Оценките на трудностите и бариерите, които са имали бенефициентите в процеса на изпълнение на проекта/проектите по ОПОС 2007-2013, Ос 1 са разнопосочни за различните дейности, свързани с реализацията на проекта (Таблица 2)

Около половината бенефициенти споделят, че са нямали

никакви трудности в процеса на изпълнение на проекта с дейности като: „Избор и комуникация с доставчика на материали за публичност и информация“ (60 %), „Осъществяване на дейностите, свързани с информиране, публичност и прозрачност“ (60%), „Избор на одитор на проекта и одит“ (45 %), „Осигуряване на необходимите документи за отчитане на дейностите“ (40 %). Обичайните дребни трудности, характерни за подобни дейности са имали 47 % по отношение на „Координацията на екипа“, 45 % за „Осигуряване на експерти за съответните дейности по проекта“, съответно по 40 % за „Сформиране на екип за управление на проекта“, „Техническа помощ за организация и управление на договорите по проекта и осигуряване на необходимите документи за отчитане на дейностите“. „Осъществяване на строително - монтажни работи“ (47%), „Избор на изпълнител за СМР за изграждане на нови клонове към съществуваща канализационна мрежа и реконструкция на водопроводна мрежа“ (42 %) и „Несправяне със срока на договора“ (40%) затрудняват бенефициентите по проектите, но тези трудности не повлияват на качествено извършване на дейността. Голяма част от дейностите по реализация на проектите като „Провеждане на тръжни процедури“, „Осъществяване на дейностите, свързани с информиране, публичност и прозрачност, осъществяване на мониторинга на проекта“, „Намиране на консултант при реализацията на проекта“, „Сформиране на екип за управление на проекта“, „Осигуряване на експерти за съответните дейности по проекта“, „Несправяне със срока на договора“ и др. създават значителни трудности, които влияят на качеството на осъществяване на дейността за съответно по 10 % от анкетираните. Едва 5 % от респондентите споделят, че са имали трудности, които поставят под въпрос успешното реализиране на проекта по отношение на дейности като „Провеждане на тръжните процедури“, „Строително-монтажни работи“ и „Несправяне със срока на договора“.

Таблица 2

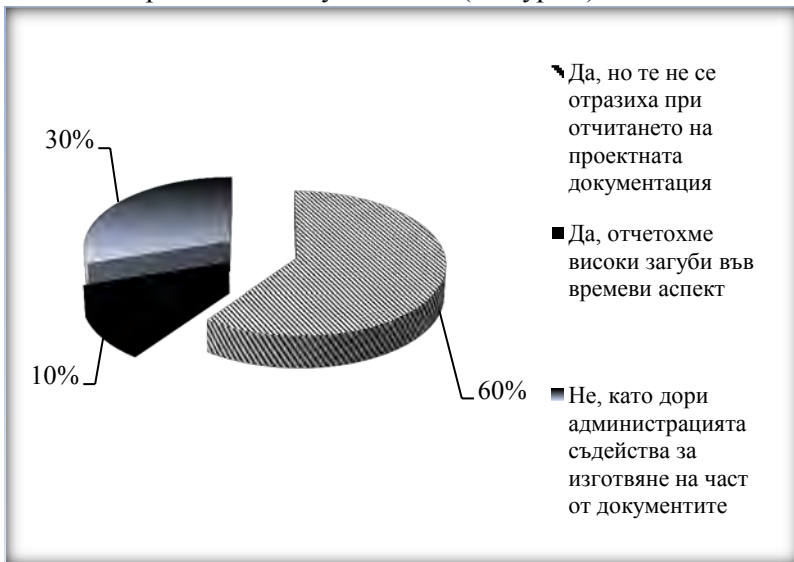
**Оценка на трудностите и бариерите, които са имали  
бенефициентите в процеса на изпълнение на  
проекта/проектите по ОПОС 2007-2013, Ос 1**

<b>Дейности по проекта</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Провеждане на тържни процедури	10	14	35	10	5
Избор на одитор на проекта	45	35	20	0	0
Избор и комуникация с доставчика на материали за публичност и информация	60	25	15	0	0
Осъществяване на дейностите, свързани с информиране, публичност и прозрачност	60	25	5	10	0
Строително - монтажни работи	21	16	47	11	5
Осъществяване на мониторинга на проекта	30	35	25	10	0
Намиране на консултант при реализацията на проекта	0	25	25	10	0
Сформиране на екип за управление на проекта	35	40	15	10	0
Одит	45	25	30	0	0
Организация и управление на проекта	30	35	30	5	0
Техническа помощ за организация и управление на договорите по проекта	15	40	30	15	0
Осигуряване на експерти за съответните дейности по проекта	20	45	25	10	0
Осигуряване на необходимите документи за отчитане на дейностите	40	40	15	5	0
Координация на екипа	32	47	16	5	0
Несправяне със срока на договора	10	35	40	10	5
Ефективно използване на инвестицията	35	25	35	5	0

1- Нямахме никакви трудности; 2-Имахме обичайните дребни трудности, характерни за подобни дейности;3-Имахме някои трудности, но те не повлияха на качествено извършване на дейността; 4-Имахме значителни трудности, които повлияха на качеството на осъществяване на дейността; 5- Иммахме трудности, които поставяха под въпрос успешното извършване на дейността.

*Източник: собствено проучване*

По отношение на административните проблеми при отчитането на проектите, 60 % от бенефициентите споделят, че са имали административни проблеми, но те не са се отразили при отчитане на проектната документация (Фигура 2).



**Фиг. 2. Оценка на административните проблеми при отчитане на проекта**

*Източник: собствено проучване.*

10 % отчитат високи загуби във времеви аспект вследствие на административни проблеми при отчитането на проекта. Почти една трета (30 %) от анкетираните са на мнение, че са нямали административни проблеми, като дори администрацията съдейства за изготвяне на част от документите.

По отношение на оценките на въздействието на избраните индикатори върху реализацията на проектите, повечето от експертите (от 40 до 80%) считат, че оценяваните показатели ще имат критично въздействие. Съответно 80% и 70% от тях са на мнение, че "Неизпълнение на част от договора от страна на бенефициента" и "Забавяне на ключови етапи от проекта" ще имат

критично въздействие (Таблица 3). „Забавяне на плащанията по проекта от страна на управляващия орган" се оценява от 45% от експертите като индикатор с критично въздействие и също 45% от тях смятат, че този индикатор ще бъде с катастрофално въздействие за реализирането на проекта.

Една трета от анкетиранията са на мнение, че показатели като "Неправилен подбор на технологии за реализация на проекта", "Грешно изготвяне на бюджет", "Неспазване на срока за реализация на проекта" ще имат катастрофално въздействие. Сравнително малка част от експертите (10%) заявяват, че индикатори като "Неизпълнение на част от договора от страна на бенефициента", "Неправилен подбор на технологии за реализация на проекта", "Неспазване на срока за реализация на проекта", "Забавяне на ключови етапи на проекта", "Забавяне на плащания по проекта от страна на управляващия орган" ще имат незначително влияние за управлението на проекта.

Таблица 3

### Оценка на въздействието

<i>Индикатори</i>	<i>Незначително въздействие</i>	<i>Критично въздействие</i>	<i>Катастрофално въздействие</i>
Промяна на законодателството във водния сектор	30	65	5
Неизпълнение на част от договора от страна на бенефициента	10	80	10
Неправилен подбор на технологии за реализация	10	60	30
Грешно изготвяне на бюджет	5	65	30
Напускане на служители от екипа на проекта	50	45	5
Неправилен избор	25	65	10

на екип			
Неспазване на срока за реализация на проекта	10	60	30
Забавяне на ключовите етапи на проекта	10	70	20
Неефективна комуникация	40	55	5
Недостатъчна информационна осигуреност	55	40	5
Неефективно разпределение на ресурсите по проекта	21	58	21
Забавяне на плащанията по проекта от страна на управляващия орган	10	45	45
Екологичен риск	30	45	25
Климатичен риск	30	50	20

*Източник: собствено проучване*

### **Препоръки за преодоляване на бариерите пред реализацията на проекти във водния сектор в България**

Финансова стабилност на управлението на водите са от изключителна важност за преодоляване на бариерите при реализация на проекти в сектора. Прилаганите икономически инструменти за опазване и употреба на водните ресурси следва да се управляват внимателно. Налице е необходимост от стабилност на институциите, отговорни за водните ресурси и за изпълнение на политиката за водата. Това изисква финансиране за управление на водите, водната инфраструктура и предоставяне на водни услуги. Едновременно с това е необходимо стимулирането и изграждането на публично –



частни партньорства, чрез които се изгражда работещ механизъм за финансиране и управление на инфраструктурни проекти в сектор „Води“.

При липса на административен капацитет е необходимо да се възлага изготвянето на технически спецификации и технически задания за проектиране на външни експерти и консултанти, като се събере цялата нужна информация, предварителни изходни данни, кадастрална информация и т.н., за да се изготви качествено техническо задание, което да определи ясно и конкретно обхвата на поръчката, съдържанието на отделните части на проекта, фазата на проектиране и др.

На фазата на проектирането и във връзка с осъществяване на прединвестиционни проучвания, както и с цел внедряване на принципите на устойчивото развитие при реализацията на водните проекти е необходимо участието на множество специалисти - инженери, проектанти, специалисти по управление на околната среда, комуникации, биолози, специалисти по безопасност, ландшафтни дизайнери, както и експерти по устойчивостта. Подготовката на проектите във водния сектор трябва да се осъществява от мултидисциплинарен екип, който да работи в синхрон. Моделът, който позволява множество експерти да работят заедно, ще даде възможност за иновации и творчество, приложени към по-устойчиви решения при проектирането.

В допълнение към подхода за проектиране и управление, също трябва да има силен акцент върху интегрирането на устойчивостта с културата и поведението на екипа на проекта. За преодоляване на неясно или неправилно формулирани организация и управление на проекта е необходимо екипът за управление на проекта да е ясно определен. Във връзка с изграждането на работещ екип за управление на проекта е необходимо функциите на всеки от членовете му да бъдат ясно дефинирани, а процесите, при които е необходима външна помощ идентифицирани. Екипът за управление на проекта трябва да се запознае с утвърдените правила и инструкции при сключването на договора за безвъзмездна финансова помощ. Управлението на проекта трябва да бъде

съобразено със системите за управление и контрол на бенефициентите.

Необходимостта от използване на подход, основан на знанието при реализацията на водни проекти изисква повишаване на осведомеността в рамките на екипа на проекта и създаване на култура на мислене, свързана с околната среда и хората. Едновременно с това процесът на управление на проекти във водния сектор ще бъде положително повлиян чрез участието на екипа по проекта в обучения за подобряване на проектното управление на фаза на реализация на проекти в сектор Води. Това изисква да бъдат насърчавани и предприети специфични програми за подпомагане на бенефициентите по отношение на повишаване на квалификацията им по теми свързани с анализ „разходи-ползи“, нормативната база в сектор Води, прилагане на Закона за обществените поръчки и др.

В редица случаи, пречка за успешната реализация на проектите се оказва лошо формираният бюджет вследствие на неразбиране или подценяване на важността. В тази връзка от изключително значение е изборът на добре подготвен консултант, който да изготви качествен бюджет. Избягването на грешки по отношение на бюджета ще доведе до преодоляване на бариери, свързани с верификация на разходите по време на изпълнението на проекта. В същото време, бенефициентите по проектите трябва да осъществяват по-висока степен на контрол по отношение координацията между отделните консултанти.

По отношение на индикаторите „Забавяне на плащанията по проекта от страна на управляващия орган“, „Неспазване на срока за реализация на проекта“ и „Забавяне на ключови етапи от проекта“, чието въздействие е оценено като критично е необходимо да се подходи с особено внимание. Целесъобразно е прилагането на подход за избягване на риска. Това може да се осъществи чрез премахване на причината за появата на риск или промяна на посоката на изпълнение на проекта.

Рискът, свързан със забавяне на плащанията, който според оценките на респондентите ще има критично или катастрофално

въздействие върху успешната реализация на водните проекти може да бъде предотвратен чрез навременна и по-ефективна комуникация между бенефициента по проекта и управляващия орган, както по отношение на документалната подготовка, така и във връзка с провеждането на тръжни процедури и последващите дейности, свързани с реализирането на проекта.

„Неправилният подбор на технологии за реализация“ и „Грешното изготвяне на бюджета“ са определени от респондентите като рискове с катастрофално и критично въздействие. Това налага прилагането на подход, свързан с предприемането на ранни действия, с което се цели намаляване на вероятността от появата на риск, както и степента на въздействие върху изпълнението на проекта.

### Използвана литература

1. МОСВ, 2011, Често срещани грешки в проектни предложения по ос 1 на ОПОС в процеса на изпълнение на проектните предложения.

2. Пенчев Р., 2003, Управление на проекти, НБУ, София.

3. Петкова И., 2015, Европейски проекти, политики и нормативни регулации, изд. Форком.

4. Стоянова З., Дойчинова Ю., Кънчев И., Жечева И., Атанасов Б., Тодорова К., 2015, Проектно управление на устойчивото развитие на водния сектор, НИД НИ1-7/2015, УНСС, София, България.

5. Хаджиев К., Маринова Н., 2010, сп. Диалог, бр.3.

6. Харизанова Х., 2015, Управленско консултиране в аграрния сектор и екоикономиката, АТЛ-50, София.

7. Alias Z., Zawawi E., Yusof K., Aris M., 2014, Determining Critical Success Factors of Project Management Practice: A conceptual framework, Procedia - Social and Behavioral Sciences 153 ( 2014 ) 61 – 69.

8. Hendrickson C., Au T., 1989, Project Management for Construction, Fundamental Concepts for Owners, Engineers, Architects and Builders. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

9. Hertogh M., Baker C., Staal-Ong P., Westerveld E., 2008, *Managing Large Infrastructure Projects Research on Best Practices and Lessons Learnt in Large Infrastructure Projects in Europe*.

10. Ilies L., Crisan E., Muresan I., 2010, *Best Practices in Project Management, Review of International Comparative Management, Volume 11, Issue 1*.

11. Montequina VR., Cousillas SM., Alvarez V., Villanuevaa J., 2016, *Success Factors and Failure Causes in Projects: analysis of cluster patterns using self-organizing maps*, *Procedia Computer Science* 100, 440 – 448.

12. OECD, 2009, *Managing Water for All, An OECD Perspective on Pricing and Financing*.

13. Winpenny J., 2003, *Financing Water for All, Report of the World Panel on Financing Water Infrastructure*.

**МОСТ “ДУНАВ ЮГ” (СВИЩОВ – ЗИМНИЧ):  
ТРАНСГРАНИЧНИ РЕШЕНИЯ ЗА ТРАНСПОРТНА  
СВЪРЗАНОСТ**

*Андрей Захариев, Стоян Проданов, Ивайло Маринов*

**BRIDGE “DANUBE SOUTH” (SVISHTOV – ZIMNICEA):  
CROSS-BORDER SOLUTIONS FOR TRANSPORT  
CONNECTIVITY**

*Andrey Zahariev, Stoyan Prodanov, Ivaylo Marinov*

**Abstract**

Building bridges over the river Danube between Bulgaria and Romania leads to full integration of riparian areas in both countries and accelerated economic and social development. The favourable geographical location of the cross-border region of Svishtov – Zimnicea provides opportunities for the development of transit transport in the direction of two of the five Pan-European transport corridors crossing the country. Trafficking survey for the period 2000-2015 shows that the two destinations achieve a 31 km shorter mileage.

*Key words: transport connectivity, TEN-T, project “Bridge Danube South (Svishtov – Zimnicea)”.*

Приемането на България в Европейския съюз и пълноправното членство след 2007 г. постави приоритет на европейската интеграция. Важен аспект на тези предизвикателства е интегрирането на българската транспортна мрежа с европейската, съответстващо на политиката на Европейския съюз за трансевропейските мрежи за транспорт. Тази политика е насочена към сближаване чрез транспортна свързаност в европейското пространство, снижаване на степента на изолация на периферните райони и цели да предотврати фрагментарното развитие на националните мрежи. Целта на настоящия доклад е да представи аргументи, на етап проучване за осъществимост, за реализация на проект мост „Дунав Юг” (Свищов – Зимнич) като възможно трансгранично решение за транспортна свързаност, водещо до развитие потенциала за междурегионален

търговски и икономически растеж в долното течение на река Дунав.

## **I. България и трансграничните транспортни коридори**

На проведена през ноември 2014 г. в Свищов международна конференция бе дефинирана нова ключова политика за икономическо възраждане на българския север изразена в преодоляването на дефицита от транспортни възможности пред река Дунав (вж. фиг. 1) чрез изграждане на нови мостове на реката, алокирани при естествените „двойки” градове по реката (Оряхово-Бекет, Никопол-Турно-Мъгуреле, Свищов-Зимнич, Тутракан-Олтеница и Силистра-Калъраш, вж. фиг. 2). Подкрепеният от Съюза на икономистите в България нов подход за превръщане на граничния български север в мрежа от транспортни коридори и международна търговия е логична мярка, която да бъде контрапункт на нарастващата дивергенция, както между севера и юга на България, така и между България и Румъния като съседни държави, с равен старт при членството в ЕС през 2007 г., с различни резултати (в ущърб на България) по пътя на конвергенцията<sup>1</sup>.

Основно изискване на европейската транспортна политика е интегрираното развитие на инфраструктурата на европейските транспортни коридори с възможност за осъществяване на комбинирани превози от региона на Югоизточна Европа до други райони на Европа, Близкия Изток, Азия и Северна Африка.

---

<sup>1</sup> Захариев, А. и Маринов, И. България и Румъния: конвергенция и дивергенция (2007-2016 г.). Научно-практическа конференция с международно участие „Финансово-икономическата интеграция на България в ЕС за 10 години членство – предизвикателства и перспективи”. Свищов, АИ „Ценов”, 9-10 ноември 2017 г, с.86-87.

## The Trans-European Transport Networks (TEN-T)



**Ключова политика:** Преодоляване дефицита от транспортни възможности по българо-румънския участък от река Дунав чрез инвестиции (публични, частни и/или публично-частни) в нова инфраструктура, включително нови пет моста (Оряхово, Никопол, Свищов, Тутракан и Силистра), ускорено допълващи европейската TEN-T мрежа за континентален (Север – Юг) и междуконтинентален (Европа – Азия) превоз на хора и товари.

**Фиг. 1. Ключова политика за транспортна свързаност България-Румъния**



**Фиг. 2. Нови локации за мостове по река Дунав: България-Румъния**

Ключовата географска локация на България като връзка между Европа и Азия и мост между Запада и Изтока определя възловата транзитната функция на България от транспортна гледна точка<sup>2</sup>:

а. Основната транзитна ос (изток,югоизток /запад,северозапад)

<sup>2</sup> Национална стратегия за регионално развитие на република България за периода 2005-2015, МРРБ, 2005. <http://www.europe.bg/htmls/page.php?id=2231&category=264&page=14>

е между богатите на природни ресурси държави в Близкия Изток и Средна Азия и промишлено развитите държави от Западна и Централна Европа.

б. Другата транзитна ос (север-юг), свързва Балтийско със Средиземно море.

Пет от десетте общоевропейски транспортни коридора (ОЕТК) IV, VII, VIII, IX и X преминават през територията на България, което изисква огромни инвестиции за физическото интегриране на националната инфраструктура в европейската, което ще доведе до повишена кохезия между България и страните от ЕС (вж. фиг. 4).



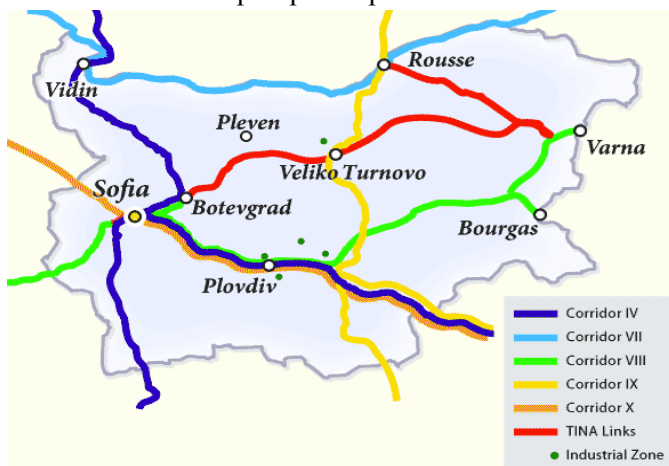
Фиг. 3. Общоевропейски транспортни коридори

Общоевропейският транспортен коридор № 9 Хелзинки - Санкт Петербург - Москва/Псков – Киев – Любашевка – Кишинев – Букурещ – Русе – Димитровград – Александрополис провежда международните потоци през Румъния, България и Гърция



посредством българския участък Русе-Велико Търново-Стара Загора-Димитровград-Свиленград-ГКПП Капитан Петко войвода, или Хасково-Кърджали-Подкова- ГКПП Маказа(открит през Септември 2013г.). Реконструкцията и модернизацията на съставната инфраструктура на ОЕТК № 9 ще утвърди това направление в посока север-юг като конкурентно трасе през българската територия за връзка между Балтийско и Средиземно море. Очакванията за нарастващ трафик по това направление изисква подобряване на елементите на транспортната инфраструктура и създаване на резервно трасе, намаляващо рисковете при пътуване през сложни участъци (река Дунав, проходите на Стара Планина).

Мостът на дружбата над р. Дунав при Русе-Гюргево изпълнява транзитната роля на доскоро единствена точка за пресичане на реката в българския участък, което води до засилена експлоатация и изчерпване на капацитета на моста. През лятото на 2013 г. увреден участък от моста беше причина за преустановяване на трафика в продължение на седмица. Алтернатива на преминаването през моста Русе – Гюргево в този коридор бе фериботната връзка Свищов - Зимнич, която макар и непроектирана за подобни натоварвания се оказва оптималното резервно трасе на ОЕТК № 9.



**Фиг. 4. Общоевропейски транспортни коридори, пресичащи България**

Нарастващата роля на Общоевропейските транспортни коридори, увеличаващия се икономически и търговски обмен между България и Румъния, интегрирането на двете балкански държави в Европейския съюз, налагат проектирането и строителството на нови мостове на река Дунав. Интересен факт е, че по протежение на Долен Дунав по време на Римската империя са били построени поне четири моста: Траяновия мост на Железни врата, Константиновия мост при Улпия Ескус-Сукидава, моста при Бонония (Видин-Калафат) и този при Валериана (Долни Вадин).

В своите планови документи (Проект на Генерален план за развитието на транспортната мрежа на Румъния) северната ни съседка предвижда седем нови моста над река Дунав – при Калафат, Бекет, Турну Мъгуреле, Гюргево, Калараш – по границата с България, както и при Браила и Галац. Обсъждани са и локациите Зимнич и Олтеница. За българското правителство са обявявани като приоритетни нови мостови връзки на Дунав при Силистра-Кълъраш и при Оряхово-Бекет, които се явяват съвпадащи с румънските предложения. През 2017 г. е обявен за приоритет и нов комбиниран мост при Русе – Гюргево с проекта стойност 250 млн. евро.

## **II. Обосновка на предложение за локализация на нов мост на река Дунав при Свищов-Зимнич**

Изграждането на мостове над река Дунав ще допринесе за пълното интегриране на крайречните региони в двете държави и ускореното им икономическо и социално развитие. От българска страна има желание и готовност за определяне на местата, подходящи за изграждане на нови мостове, свързващи българския и румънския бряг, както и възлагането на проучване на възможностите за строеж на нови съоръжения.

Програмите за изграждане на нови мостове винаги са били съобразявани с програмите за развитие на пътната и железопътната инфраструктура на двете държави. Благоприятно географско местоположение на трансграничния регион Свищов – Зимни дава възможности за развитие на транзитните превози по направлението на 2 от петте Общоевропейски транспортни коридори, пресичащи

държавата. Българското министерство на транспорта, информационните технологии и съобщенията в своите проучвания разглежда възможността и за мост при Свищов-Зимнич<sup>3</sup>.

Според министерството мястото е подходящо за изграждане на мост по следните причини:

- Българският бряг в участъка около Свищов-Зимнич е висок и подходящ за строителство на мостово съоръжение;

- Град Свищов се намира в средата на граничното разстояние на реката и в центъра на Северния централен район за планиране, чиято пътна мрежа е на второ място по гъстота в страната, а в централната му част е съсредоточена една четвърт от железопътната мрежа в района.

- Тук са застъпени всички видове транспорт. Свищов е едно от най-големите речни пристанища, а също и жп гара. От две години функционира фериботен терминал Свищов - Зимнич, свързващ пътните мрежи на България и Румъния. Летище Горна Оряховица предлага възможност за връзка с въздушен транспорт. Това са добри предпоставки за развитие и на модерен интермодален комплекс.

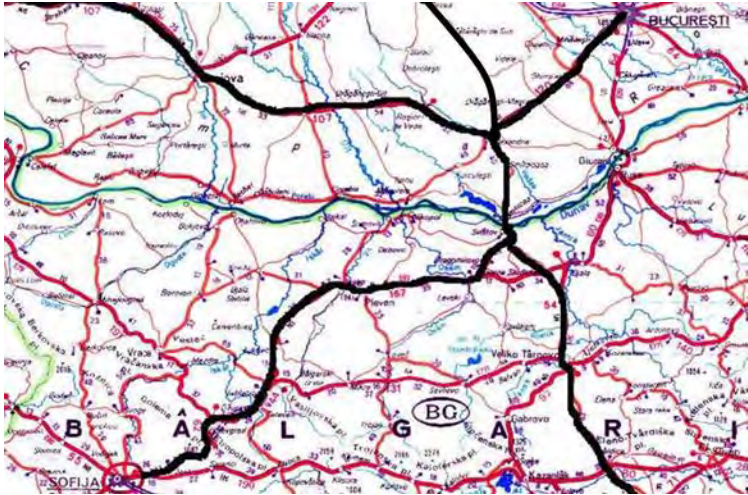
- При осигурено инвестиране е подходящо изграждането на комбиниран пътен и железопътен мост. До момента не е правено експертно проучване за възможностите за построяване на мостово съоръжение. Прединвестиционни проучвания могат да оценят технико-икономическите изгоди от реализацията на мост при Свищов-Зимнич.

Към аргументите на министерството трябва да се добавят още:

- Наличие на железопътна инфраструктура от двете страни на границата. Чрез железопътната линия Зимнич-Александрия се пресичат Карпатите, а чрез линията Свищов-Левски се прави връзка с железопътната мрежа на България.

---

<sup>3</sup> Извадка от стенограмата на Народното събрание - 30 ноември 2012г. Питане на депутата Лъчезар Тошев към министъра на транспорта, информационните технологии и съобщенията Ивайло Московски.



**Фиг. 5. Маршрути към Свищов – Зимнич.**

- Реализира се проект за тунел за преминаване на Стара планина с под връх Шипка (на път I-5). Тунелът генерира повишаваща се конкурентоспособност по отношение на провеждане на маршрутите с направление север-юг в централната част на България. Тунелът под Шипка, независимо от климатичните условия, ще пропуска максимално повишен трафик с направление север-юг. С пускане на тунела под Стара планина ще се позволи железопътната инфраструктура на Южна България да бъде свързана директно с река Дунав и румънската железопътна инфраструктура, тъй като Свищов е най-южната точка на реката и разстоянието между Балкана и Дунав е най-късо.

- Стимул за икономическото и социалното развитие на този регион от двете страни на границата, попадащ сред най-изостаналите региони в Европейския съюз.

- Изградени връзки на пристанищата за обществен транспорт в трансграничния регион Свищов – Зимнич с национално значение с националната пътна и железопътна мрежа

- Обвързаност чрез р. Дунав с европейската система от канали за речно корабоплаване.

- Работещи системи за таксуване ползването на транспортната инфраструктура;
- Висока степен на хармонизация на транспортното законодателство с това на ЕС.
- Проекти за развитие и модернизация на транспортната система, в процес на изпълнение.

Географското положение на ГКПП Свищов-Зимнич – в централната част на северната ни граница, определя и автомобилния поток, който би го ползвал. Този граничен пункт би бил еднакво удобен за осъществяване на маршрути както към Централна и Западна България, така и към страните от бившия Съветски съюз. В подкрепа на казаното, разстоянието Свищов-Зимнич-Александрия-Крайова-Турну Северин-Тимишуара-Арад е 536 км., а Русе-Букурещ-Сибио-Арад е 609 км. Изграждането на мост Свищов-Зимнич ще облекчи останалите гранични пунктове на северната ни граница, което ще рефлектира върху бързината на обслужване на преминаващите транспортни средства и комфорта на пътуващите. Позитивните очаквания за натовареност на бъдещия мост Свищов - Зимнич се обуславят от стратегическото разположение на Свищов на два международни транспортни коридора:

(1) Истанбул – Свиленград – Велико Търново – Свищов – Зимнич - Александрия – Крайова – Турну Северин – Арад – Будапеща. Този коридор конкурира използвания сега път Велико Търново – Русе – Гюргево – Букурещ – Брашов – Арад – Будапеща.

(2) София – Плевен – Свищов – Зимнич – Александрия – Букурещ и конкурира пътя Плевен – Бяла – Русе – Гюргево – Букурещ.

По двете дестинации се постига съкращаване на пробега средно с 31 км. При пътуване през Свищов движението се насочва на запад от Букурещ, което позволява да се ускорят превозите в направление север – юг.

Като ключови стъпки за реализация на проекта могат да се изведат:

- 1) Начало на интензивен двустранен диалог между местните

власти за обсъждане проект за мост със значителни социално – икономически ползи.

2) Изследване на товарните и пътникопотоците през Дунавските мостове.

3) Формулиране на задание и прединвестиционно проучване.

4) Привличане на български и чуждестранни инвеститори и оператори и по-широко използване на механизмите на публично-частното партньорство в проектите „Мост Дунав Юг Свищов-Зимнич“ и Интермодален комплекс – Свищов“.

5) Привличане на международен транзитен трафик за ефективното използване на транспортната инфраструктура в трансграничния регион Свищов – Зимнич. Оптимизиране на навигационните условия и по-интензивно използване на река Дунав.

6) Ръст на туристическите посещения, балансирано териториално развитие и насърчаване на регионалния туризъм в трансграничния регион Свищов – Зимнич.

7) Преодоляване на регионалната икономическа и транспортна изолация и приобщаване на двете страни към общеевропейската транспортна мрежа.



При разположение на съоръжението източно от пристанище Свищов, на територията на бившето военно поделение ще се

постигнат следните стратегически характеристики:

1) **Близост до всички транспортни трасета през град Свищов** в дестинации Плевен, Русе и В. Търново. Практически комплексът е разположен в рамките на града. Това ще улеснява обслужването му.

2) **Пълна отдалеченост на основните транспортни потоци към моста от основните градски функции.** Въпреки, че моста е разположен в рамките на града пътищата, които ще извеждат трафика по посока В.Търново – Истанбул и по посока Плевен – София – Солун заобикалят всички жилищни и обществено-обслужващи райони на Свищов. Това става без да се налага строителството на околоръстни трасета. Основната част от пътищата са вече съществуващи. Не съществува никакъв конфликт с останалите градски функции – обитаване, търговия, обслужване, образование, отдих.

3) **Близост с ж.п. линията Свищов-Левски.** На 200 м от фериботния комплекс има ж.п. отклонение, свързано с коловозите на ж.п. гара Свищов. Това означава от една страна възможност за приложение на комбиниран транспорт, а от друга, лесно и евтино изграждане на ж.п. подход към моста с радиус на завиване от 90 градуса от запад към север.

4) **Използване територията на бившето военно поделение.** Територията на бившето поделение ще бъде използвана за изграждане на обслужващи моста дейности – гаражи, паркинги, офиси, терминал, пътен възел. В момента там са изградени съоръжения, които могат да бъдат пригодени за тази цел без допълнителна инвестиция.

5) **Използване трасето на магистрала „Хемус“ и новата магистрала „Велико Търново – Русе“ с пътен възел „Полски Тръмбеш“ (към Свищов)** за осигуряване на високо интензивния трафик от международен тежък транспорт.



**Фиг. 5. Картографско разположение на мост Дунав Юг**

\*\*\*

Аргументите за изграждане на мост „Дунав Юг“ при Свищов – Зимнич са научно-експертни, но подкрепата от правителствата на България и Румъния са условие проектът да стане реалност. Независимо от сложните процеси на междудържавни съгласувания двете държави имат своя общ старт в ЕС, където принципът на свобода на движение на хора, стоки и капитали категорично води до преодоляване (рано или късно) на съществуващия дефицит от трансгранични транспортни алтернативи през река Дунав<sup>4</sup>.

### **Използвана литература**

1. Zahariev, A. and Prodanov, S. (2017) Management of the Project "Bridge Danube South Svishtov - Zimnicea": Challenges and Solutions. АИ Ценов, ISBN: 978-954-23-1375-5, pp. 42-45.

---

<sup>4</sup> Заб. Основното изложение и въведението са написани съвместно от проф. А. Захариев и доц. Ст. Проданов, а резюмето и заключението са написани от докт. Ив. Маринов.



# АНАЛИЗ НА ЖИЗНЕНИЯ СТАНДАРТ В БЪЛГАРИЯ ЗА ПЕРИОДА 2007-2016 ГОДИНА

*Антон Маринов*

## ANALYSIS OF STANDARD OF LIVING IN BULGARIA FOR THE PERIOD FROM 2007 TO 2016

*Anton Marinov*

### Abstract

The objective of the present research is to define the level of standard of living in Bulgaria for the period from 2007 to 2016 on the grounds of analysis of macroeconomic indicators like: incomes, gross domestic goods, consumption expenditure, employment, total population and demographic characteristics and etc.

*Key words:* *standard of living, gross domestic product (GDP), incomes, consumption expenditure.*

### Увод

Достъпността, качеството и количеството на стоките и услугите и тяхното разпределение сред населението на дадена държава определят жизнения стандарт (Уикипедия, 2017). Факторите, които го определят, са: реалният доход на глава от населението, брутният вътрешен продукт, брой на населението и демографските характеристики, ръстът на бедността, инфраструктурното развитие и неравенството в доходите. Достъпът до качествено здравеопазване, образование и социални придобивки се свързва с други измерители. Жизненият стандарт се онагледява и чрез потреблението на определени стоки (брой хладилници на 1000 човека, например) или измерители на здравето, като очаквана продължителност на живота.

На идеята за жизнения стандарт може да се противопостави идеята за качеството на живот, тъй като той не отчита само материалните услуги за преживяване, а и други субективни фактори

на човешкия живот като безопасност, свободно време, развлечения и култура, психично здраве, социален живот, околна среда. Качеството на живот включва социални, емоционални и физически аспекти от живота на индивида. По-комплексните изследвания на благосъстоянието водят и до по-политизирани, следователно противоречиви, оценки. Дори при сравнението между две държави със сходен жизнен стандарт може да се окаже, че факторите на качеството на живота правят една от двете държави по-привлекателно място за даден човек или група от хора.

Качеството на живота се отнася до общото благосъстояние на индивидите и обществата. Това е степента на благополучие и лична удовлетвореност, изпитвано от даден човек или група от хора, въпреки че в някои контексти то може да се срещне като синоним на иначе свързаното с него понятие „жизнен стандарт“. В това понятие се влага неизмеримата по икономически показатели субективна и динамично променлива оценка за личното благосъстояние, формирана по много и разнообразни критерии от физическо, психологическо и социално естество.

Щастието е трудно да бъде измерено, защото е субективно усещане, поради тази причина се прилагат други измервания за качеството на живот, които са приоритетни. Според различни изследвания щастието не е свързано непременно с повишаването на комфорта в резултат на повишени доходи. Поради тази причина този стандарт не измерва щастието. В някои случаи концепцията за човешка сигурност се свързва с качеството на живот.

Ниският жизнен стандарт е показател за лошо управление и ниски правителствени разходи (като процент от целия бюджет) - разходи за образование и здравеопазване.

### **Анализ на жизнения стандарт по икономически показатели за периода 2007-2016 г.**

Икономическите показатели, които определят жизнения стандарт, както споменах по-горе, са: реалният доход на глава от населението, брутният вътрешен продукт, брой на населението и демографските характеристики и др.. Достъпът до качествено

здравеопазване, образование и социални придобивки са другите измерители. Също така жизненият стандарт се онагледява чрез потреблението на определени стоки или измерители на здравето, каквато е очакваната продължителност на живота например. Поради ограничения обем на доклада ще разгледам част от тях в следващо изложение.

Таблица 1

**Динамика на Брутният вътрешен продукт (БВП) по текущи  
цени за периода 2007-2016 г.**

Години	Брутен вътрешен продукт (млн. лв.)	Брутен вътрешен продукт на човек от населението (лв.)
2007 г.	63464	8285
2008 г.	72756	9544
2009 г.	72986	9622
2010 г.	74771	9924
2011 г.	80759	10990
2012 г.	82040	11229
2013 г.	82166	11310
2014 г.	83634	11577
2015 г.	88571	12339
2016 г.	92635	12996

*Източник: БНБ и НСИ.*

В периода 2007-2016 г. се отбелязват положителни ръстове на БВП, като по показателя на човек от населението също се забелязва плавен ръст.

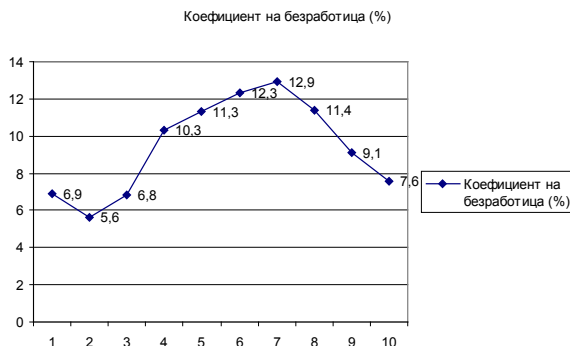
Таблица 2

**Динамика на безработицата за периода 2007-2016 г.**

Години	Безработни (хил. души)	Коефициент на безработица (%)
2007 г.	240,2	6,9
2008 г.	199,7	5,6
2009 г.	238,0	6,8
2010 г.	352,3	10,3

2011 г.	376,2	11,3
2012 г.	410,3	12,3
2013 г.	436,3	12,9
2014 г.	384,5	11,4
2015 г.	305,1	9,1
2016 г.	247,2	7,6

*Източник: БНБ и НСИ.*



**Фиг. 1. Коефициент на безработица за периода 2007-2016 г.**

В периода от 2008 г. до 2013 г. се наблюдава увеличение на безработицата, като от 2013 г. до 2016 г. се вижда, че има траен спад в нивото и доближаване до стойностите в началото на изследвания период.

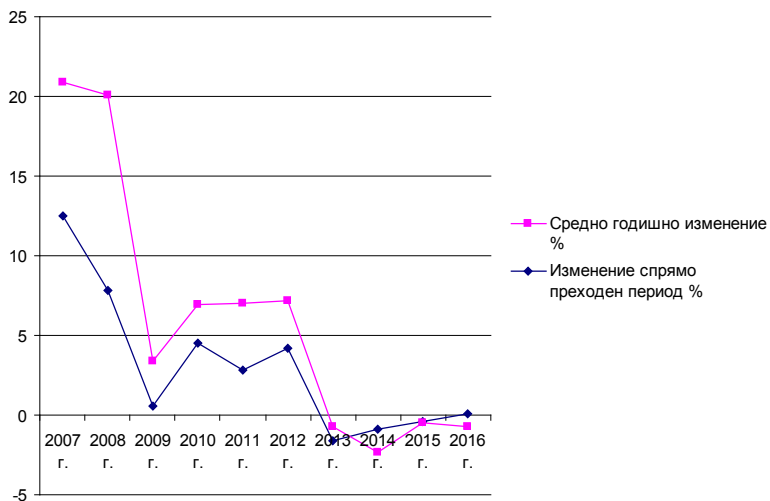
*Таблица 3*

**Динамика на индекса на потребителските цени (инфлация) през периода 2007-2016 г.**

Години	Изменение спрямо предходен период, %	Средно годишно изменение, %
2007 г.	12,5	8,4
2008 г.	7,8	12,3
2009 г.	0,6	2,8
2010 г.	4,5	2,4
2011 г.	2,8	4,2
2012 г.	4,2	3,0

2013 г.	- 1,6	0,9
2014 г.	- 0,9	- 1,4
2015 г.	- 0,4	- 0,1
2016 г.	0,1	- 0,8

*Източник: БНБ, НСИ, НОИ.*



**Фиг. 2. Динамика на индекса на потребителските цени (инфлация) през периода 2007-2016 г.**

За периода 2007-2016 г. най-ниската годишна инфлация 0,1 % е измерена през 2016 г., а най-високата (12,5%) през 2007 година. В периода има и три поредни години на дефлация - 2013 г., 2014 г. и 2015 г.

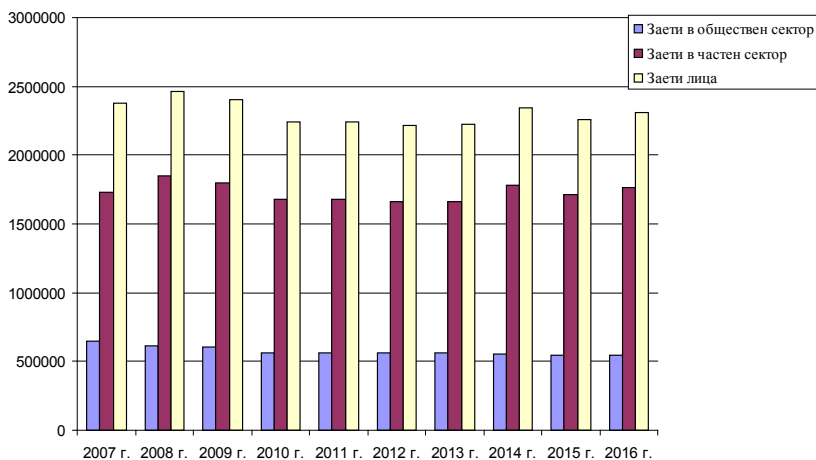
*Таблица 4*

**Динамика на заетите лица за периода 2007-2016 г.**

Години	Заети в обществен сектор	Заети в частен сектор	Заети лица
2007 г.	646010	1734247	2380257
2008 г.	614768	1852084	2466852
2009 г.	603207	1801426	2404633

2010 г.	565772	1676835	2242607
2011 г.	562556	1679932	2242488
2012 г.	558445	1660273	2218718
2013 г.	563056	1663347	2226403
2014 г.	557747	1784114	2341862
2015 г.	545358	1715345	2260703
2016 г.	543760	1761949	2305709

*Източник: БНБ, НСИ, НОИ.*



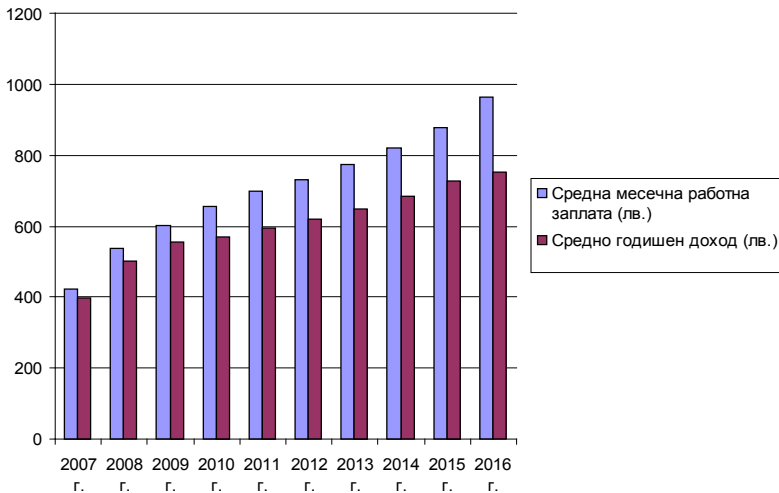
**Фиг. 3. Динамика на зетите лица за периода 2007-2016 г.**

Броят на зетите лица в общественния сектор в периода 2007-2016 г. непрекъснато намалява за сметка на зетите лица в частния сектор. През наблюдавания период най-малко зетите лица са били през 2012 г. - 2 218 718, а най-много през 2008 г. - 2 466 852.

**Динамика на средна работна заплата и среден годишен доход на човек за периода 2007-2016 г.**

Години	Средна месечна работна заплата (лв.)	Средно годишен доход (лв.)
2007 г.	421	398,17
2008 г.	538	500,56
2009 г.	602	554,78
2010 г.	654	570,30
2011 г.	697	594,15
2012 г.	731	618,06
2013 г.	775	648,73
2014 г.	822	683,34
2015 г.	878	726,40
2016 г.	962	753,10

*Източник: БНБ, НСИ, НОИ.*

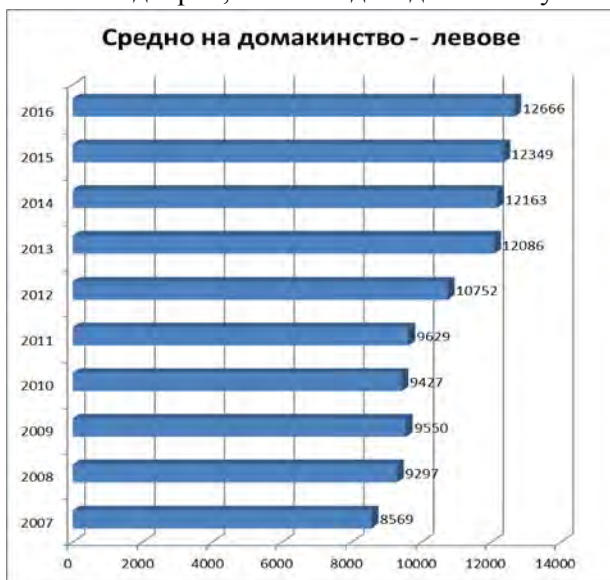


**Фиг. 4. Динамика на средна работна заплата и среден годишен доход на човек за периода 2007-2016 г.**

В наблюдавания период се вижда, че има постепенно увели-

чение, което към края на изследвания период размерът на увеличението намалява, както при средната работна заплата, така и при средния годишен доход на човек, като при последния е по-значително. Заплатите в България растат много бързо, от порядъка на 8-10% годишно. Друг въпрос е, че те остават ниски на фона на другите страни в ЕС. Статистиката (Евростат, 2017) също показва, че доходите на българите са най-ниските в ЕС, но и че разходите за заплати у нас се увеличават най-бързо в последните 10 години. Напоследък обаче проблемът е, че възнагражденията растат с висока скорост от производителността.

На фиг. 5 е представена информация за общия доход средно на домакинство в левове и по години за периода 2007-2016 г. Видно е, че с годините доходите на населението нарастват, като в края на изследвания период отново се забелязва тенденцията на забавяне на нарастването, т.е. за периода от 2007 до 2016 г. средното ниво на доходите на домакинствата е нараснало с 4 092 лв., което е основание да считаме, че жизненият стандарт в България за период от 10 години се е подобрил, тъй като доходите са се увеличили.



*Източник: НСИ*

**Фиг. 5. Общ доход средно на домакинство за периода 2007-2016 г.**



При анализа на информацията (Национален статистически институт, България, 2017) за периода 2007-2016 г. за потреблението на някои основни хранителни продукти и напитки, които се потребяват от населението, се забелязва, че при едни има увеличение, при други намаление, но определено може да се каже, че по-голяма част от населението има възможност за покупка на основни хранителни продукти и напитки.

Таблица 6

**Жилища (%) по наличие в жилището на водопровод, канализация, електричество, баня и тоалетна за периода 2007-2017 година**

<i>Жилища (%) по наличие в жилището на водопровод, канализация, електричество, баня и тоалетна</i>										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо
Водо-провод	96,6	97,8	99,2	98,7	99,0	99,2	99,4	99,6	99,3	99,2
Канализация	75,6	76,6	76,5	77,0	79,0	82,7	84,2	84,3	83,3	78,7
Електричество	99,7	99,7	99,9	99,4	99,6	99,7	99,8	99,4	99,5	99,5
Централно парно отопление	17,8	17,8	17,3	18,0	18,4	21,3	22,3	21,2	22,0	19,6
Тоалетна	77,9	77,9	79,5	78,9	83,1	87,4	88,4	89,0	89,8	89,2
Баня	85,8	85,8	88,7	87,3	90,2	91,8	92,5	92,7	93,6	93,2

*Източник: НСИ*

По отношение на притежаваните жилища, в които има водопровод, канализация, баня и тоалетна, процентите показват повишение в периода от 2007 до 2016 г., т.е. условията на живот са подобрили и се развиват в положителна посока.

В представена информация за покупателната способност (Национален статистически институт на България, 2017), изчислена

с общия доход средно на едно лице за периода 2007-2016 г., е видно, че покупателната способност на едно лице нараства през годините. Например през 2007 г. едно лице купува средно 2772 хляба годишно, докато през 2014 г. това лице вече купува по 4037 хляба годишно, т.е. нараства покупателната способност. Същото се отнася и за ориз, зрял фасул, картофи, домати, краставици, пиперки, ябълки и др. – покупателната способност на населението е по-висока през 2016 г. в сравнение с данните от 2007 година.

Подобно на горните данни, в таблица 7 са представени данни за домакинствата по притежание на стоки за дълготрайна употреба /телевизори, компютри, перални и миялни машини, хладилници, телефони и климатици/. Видно от данните е, че в процентно отношение почти 100% от домакинствата притежават телевизори, 52,1% притежават компютри и също толкова - интернет. Перални машини притежават 92,1% от населението, а миялни - 9,2%. Хладилници притежават 98,07% от населението, а мобилни телефони - 91,4%. С климатици пък разполагат едва 35,1%. Това са данните от 2016 г., които се различават с тези от 2007 г., когато мобилни телефони са притежавали 69,8% от населението. С оглед на изложеното по-горе може да се каже, че на базата на информацията за притежаваните стоки за дълготрайна употреба от домакинствата определено през 2016 г. качеството на живот се подобрява в сравнение с това преди 10 години.

Таблица 7

**Домакинства (%) по притежание на стоки за дълготрайна употреба**

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо	Общо
Телевизори	97,3	98,3	99,0	98,7	99,3	99,0	99,2	98,9	98,9	99,1
Видео-системи	34,4	34,5	36,2	31,6	26,5	25,0	24,7	21,1	17,3	13,9
Компютри	27,5	27,9	34,3	38,0	40,1	47,0	52,1	55,2	56,3	52,1

Интернет връзка	23,6	24,3	31,5	35,8	38,3	45,4	50,7	54,1	55,5	51,9
Автоматична перална машина	75,5	76,0	80,8	81,4	85,5	86,2	89,1	91,0	91,9	92,1
Миялна машина	3,5	3,7	4,7	4,9	5,2	8,5	9,7	9,9	9,5	9,2
Хладилници, фризьери	96,2	96,5	97,2	97,4	98,0	97,4	98,6	98,0	97,9	98,7
Мобилни телефони	69,8	70,0	79,4	81,1	85,1	87,0	88,3	91,2	92,0	91,4
Телефони	72,0	73,0	70,3	67,8	60,5	54,0	49,9	42,4	38,2	41,6
Климатичи	13,0	13,1	19,4	20,5	22,4	28,0	29,3	32,6	33,3	35,1

**Източник:** НСИ

През периода 2007-2016 г. разходите на домакинствата следват тенденцията на динамичните промени в доходите. Общият разход на домакинствата през 2016 г. в номинално изражение е 2,3 пъти по-голям в сравнение с 2005 г. и се увеличава с 1,9% спрямо 2015 година (НСИ, 2017).

Населението на България продължава да намалява и да застарява, но раждаемостта у нас е близка до средната за Европа, а от друга страна нашата страна изпреварва всички стани от ЕС по показателя смъртност, която в България е най-висока. Това логично води до позицията ни като една от страните-членки, в които населението намалява най-много и бързо. Причината е, че броят на ражданията и умираанията през 2016 е приблизително еднакъв и естественият прираст е нулев. Ниската раждаемост е комбинирана с високи нива на обща смъртност, а териториалният дисбаланс на населението, водещ до обезлюдяване в някои региони, продължава да се увеличава. У нас през 2016 са живородени 64 984 деца, по-

малко с 1,5% от предходната година. Конкретно в България демографски ефект от бежанската криза няма, а населението продължава да се топи с познатите ни темпове. Прирастът в населението на Стария континент се дължи на миграцията. Това показват данните в отчета на изпълнението на Националната стратегия за демографско развитие на населението (Агенция БГНЕС, 2017).

### **Заключение**

Обобщавайки данните в настоящото изследване, може да се направят някои изводи.

На база притежавания жилищен фонд и основни дълготрайни стоки в него, както и на базата на покупателната способност на населението за хранителни стоки и напитки от първа необходимост и притежаването на стоки за дълготрайна употреба, би могло да се каже, че жизненият стандарт на населението значително се подобрява в периода от 2007 до 2016 г.. Този извод е направен на базата на представената статистика в таблиците и графиките, но по демографски показатели нещата са различни. Като цяло демографското състояние на населението не е добро - застаряване, ниска раждаемост, ранна смъртност при по-възрастното население, високи нива на миграцията, нахлуване на бежанци и др., които в една или друга степен водят към влошаване на жизнения стандарт в страната ни. Динамиката на заетостта ще се характеризира със забавен темп на изменение, което се обуславя от негативния ефект от процеса на застаряване на населението. Здравеопазването, макар и с опитите за значителни реформи, не успя да допринесе за по-добро качество на живот, а напротив - здравната система не води почти никаква профилактика сред населението, а лекуването в болничните заведения често е обект на сериозни и основателни критики.

Изводът от направения дотук преглед е, че оценката по отношение на развитието на повечето макроикономически показатели е несъмнено положителна. Членството ни в Европейския съюз значително допринася за поддържането на разумни

макроикономически политики от различни мнозинства и правителства в годините на членството. Десет години след присъединяване на България към Европейския съюз, положителните ефектите от този избор на българското общество обаче не може да бъдат почувствани на индивидуално ниво. Заетостта се увеличава, а различните измерители на безработицата регистрират тенденция към спад. Доходите растат постепенно в България, но не достигат средните в Съюза. Въпреки всичко България остава най-бедната държава в Европейския съюз, на опашката на класациите и в близко бъдеще няма тенденция това да се промени.

### **Използвана литература**

1. Уикипедия (2017), <https://bg.wikipedia.org/wiki/>. [3 Октомври 2017]
2. Агенция БГНЕС (2017), <http://www.bgnes.com/>. [4 Октомври 2017]
3. Българска народна банка на Република България (2017), <http://www.bnb.bg/>. [5 Октомври 2017]
4. Евростат - статистическата служба на Европейския съюз (2017), [https://ec.europa.eu/info/departments/eurostat-european-statistics\\_bg/](https://ec.europa.eu/info/departments/eurostat-european-statistics_bg/). [6 Октомври 2017]
5. Национален осигурителен институт на Република България (2017), <http://www.nssi.bg/>. [5 Октомври 2017]
6. Национален статистически институт на Република България (2017), <https://infostat.nsi.bg/infostat/>. [5 Октомври 2017]
7. Национален статистически институт на Република България (2017), <http://www.nsi.bg/>. [5 Октомври 2017]

# POVERTY AMONG VULNERABLE PEOPLE IN BULGARIA FOR THE PERIOD 2006-2016

*Cornelia Philipova*

## **Abstract**

In spite of the overall wealth of the European Union (EU), poverty is still at a relatively high level. In the last years, according to Eurostat data, Bulgaria has had the highest share of persons being at risk of poverty or social exclusion before social transfers in the EU. The figures are even higher for some groups such as children and older people. However, the extent and seriousness of the problem is often not well understood either by policy makers or the general public. As a result sufficient urgency is not given to its eradication.

**Key words:** *Age groups, Bulgaria, Households, Income inequality, Poverty, Social exclusion, Vulnerability.*

Poverty and its measurement are considered to be among the most socially significant problems facing the present and future development of society, not only in the European Union, but also in Bulgaria in particular. In prosperous economies, the struggle against social exclusion and the accompanying poverty plays a key part of state governance. Countries in transition and underdeveloped countries face a more serious problem given the limited resources of individual social programs. In order to determine to what extent government intervention is needed to address these issues, it is important to precisely measure the scale of poverty and social exclusion. Their actual calculation reflects gaps in public resource redistribution systems in a fair and equitable way between individuals, leading to significant income inequality and disruption of social justice. This deepens the contrast between the excessive wealth, concentrated in the hands of a few and the low standard of living of another part of the population, even though both groups inhabit the same economic zone.

The aim of the paper is to analyze trends in poverty and social exclusion in the Republic of Bulgaria. The age groups in the country's population are assessed. The subject of the study is the impact of anti-

poverty programs.

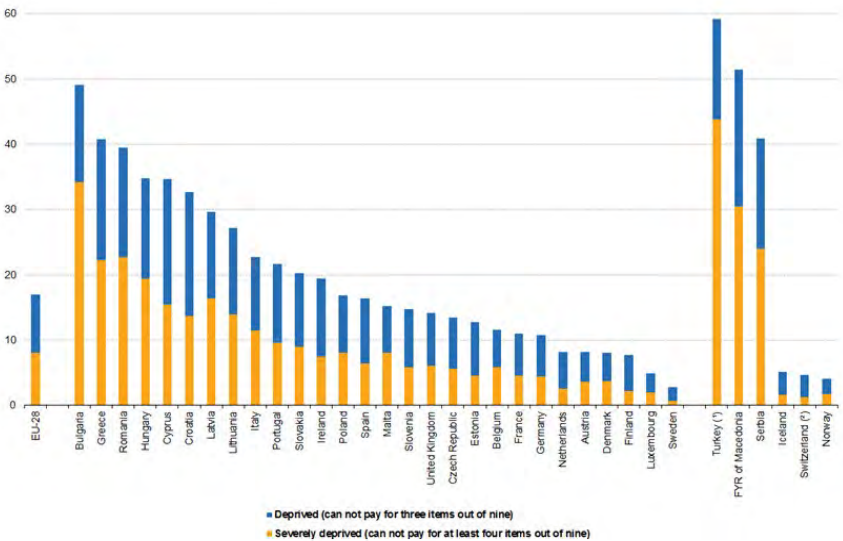
In 2016, 117.5 million people, or 23.4% of the population of the European Union were at risk of poverty or social exclusion. This means that they were in at least one of the following three conditions: at-risk-of-poverty after social transfers (income poverty), severely materially deprived or living in households with very low work intensity. After three consecutive increases between 2009 and 2012 to reach almost 25%, the proportion of persons at risk of poverty or social exclusion in the EU has since continuously decreased to 23.4% last year, only 0.1 percentage points above its 2009 low-point. The reduction of the number of persons at risk of poverty or social exclusion in the EU is one of the key targets of the Europe 2020 strategy (Eurostat 2017).

What will the effects of changes in the costs of social assistance and in the implemented policy of Bulgaria be on the trends in poverty due to low incomes? The answer to this question is sought by focusing on the differences between the two most affected social strata of the population: the elderly and families with children. These two groups have the highest relative share of vulnerability from the risks of poverty and social exclusion before social transfers in Bulgaria.

Trends in poverty development as a result of the struggle against it call for the protective social network to be much more effective for older people and children. However, the number of people living in severe material deprivation in Bulgaria remains almost five times higher than the EU average and is the highest among the EU countries (49.3% in 2012, with an average of 24.7% for the EU-28). In 2012, almost every second Bulgarian lived at risk of poverty and social exclusion before social transfers - the highest level ever reached in the EU's history (European Commission 2014).

Alongside income-related measures of poverty, other more absolute measures such as material deprivation give a broader perspective of social exclusion. People are considered materially deprived if they cannot afford items such as heating to keep the house warm, one week's annual holiday away from home or if they are unable to afford a selection of household goods considered necessary or desirable. As Figure 1 shows, just over one in six (17%) in the EU were materially de-

prived in 2015. Among the EU Member States, this proportion was highest in Bulgaria (49.1%), Greece (40.8%), Romania (39.5%) and Hungary (34.8%). Less than one in 10 were materially deprived in the Netherlands and Austria (both 8.2%), Denmark (8.1%), Finland (7.7%), Luxembourg (4.9%) and Sweden (2.8 %). Switzerland, Iceland and Norway also had low rates of material deprivation (Eurostat 2017 b).



(1) 2013  
 (2) 2014

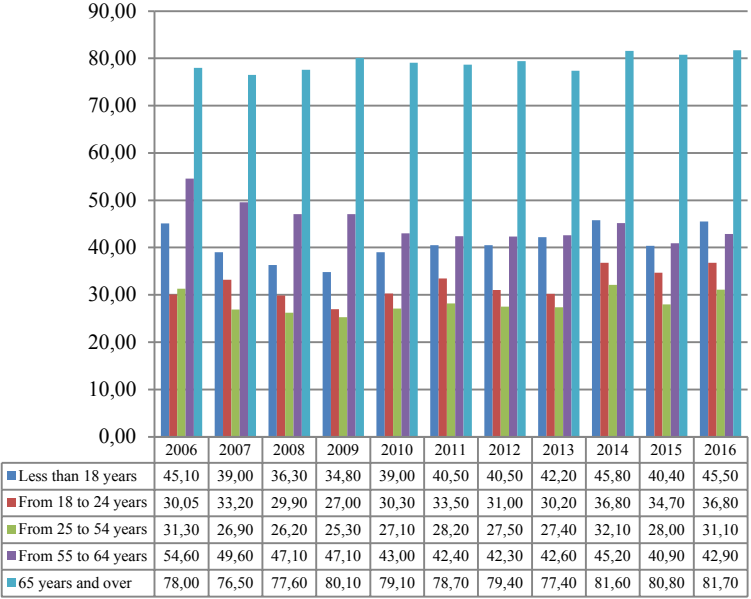
**Fig. 1. Material deprivation rate – proportion of persons who cannot afford to pay for selected items, 2015 (%)**

Source: Eurostat

In the medium-term five-year prospect EU-wide the population at risk of poverty or social exclusion before social transfers has risen to 24.7% in 2012 compared to 23.7% in 2010. In 2013 and 2014 the situation improved - the percentage fell down to reach the 2010 levels in 2015. In Bulgaria, the most significant decrease in the percentage, respectively the number of people who improved their situation, is between 2013 and



2014: from 48% in 2013 to 40.1% in 2014, or 7.9 percentage points, to go up again in 2015 to 41.3% as mentioned above (Eurostat 2017 b). In 2014, there was a change in the calculation methodology in Bulgaria, which is likely to be the reason for the very sharp change in the situation. Detailed information on the level of poverty by age groups for the period 2006 - 2016 is illustrated in Figure 2.



In percentage of the total number of the population  
(60% of the average equivalent income with included pensions<sup>113</sup>)

**Fig. 2. Poverty level as per age groups in Bulgaria for the period 2006 - 2016**

Source: Eurostat

According to Eurostat data for the period 2006-2016, the poverty rate of persons aged 65 and above persistently maintained its high level

<sup>113</sup> The poverty line is a monetary indicator for identifying the poor in a society. For its calculation in Bulgaria the NSI has applied the Eurostat method - 60% of the average total disposable net income of an equivalent unit. (NSI 2011: 1).

and it still continues to increase, albeit at a slow pace. Against the backdrop of the global recession, "elderly people are the most vulnerable group among those concerned because they have little opportunity to influence their financial situation" (Blagoycheva 2011: 172). During the period in question, people above the age of 65 are at the greatest risk of poverty (81.70% in 2016), followed by 55-64 year-olds (54.60% in 2006). Obviously, with increasing age and falling working capacity, the risk of poverty and social exclusion also increases. This can be traced back to a number of practical examples, but also empirical data (see Table 1). The problem of the majority of these people is that they have left the labor market and their main source of income is their income from social assistance.

*Table 1*

**Relative share of poor people by economic activity  
(in percentage of the total number of the population)**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
full time employees	4.60	5.10	6.30	6.20	6.40	7.00	6.60	6.40	8.10	6.70	11.4
employed part-time employees	14.70	16.20	20.30	24.20	30.30	33.00	27.90	20.90	27.80	30.3	45.6
Unemployed	47.70	55.90	55.00	52.20	48.30	52.20	48.50	47.60	50.20	53.3	54.4
Retirees	18.30	23.60	31.70	36.50	30.00	28.60	26.20	25.90	21.10	30.0	24.7
other inactive persons	16.90	19.30	24.00	24.00	24.40	27.90	27.40	25.10	27.70	29.1	32.3

*Source: Institute of Market Economics*

Despite this conclusion, part of the working population in the country is also at risk of falling into poverty. According to the latest updated data, the relative share of full time workers receiving 2/3 of the median equivalised income in Bulgaria for 2015 is 6.7% of the total population. The overall trend in this category is towards an increase in their share. Compared to 2014, there is a decline in vulnerable full time employees

by 1.4 percentage points. According to the data outlined in Table 1, full-time workers are the least affected by the risk of poverty and social exclusion in the 2006-2016 period. Vulnerable persons working part-time are 4 times more than those employed full time. The main factor increasing the possibility of falling into the group of socially dependent citizens is their economic activity and their participation in the labor market. The most vulnerable among the groups under consideration are the unemployed. "Therefore, actions in relation to this target group should not be limited to social assistance. It is necessary to focus on promoting policies such as education and acquiring pre - and qualification skills that are adequate to the needs of the labor market and creating new and quality jobs "(Tsacheva 2016: 2).

The age of the individual member of a household is an important factor influencing the relative share of vulnerable groups. High levels of population at risk of poverty among children and the elderly are dependent on both their personal well-being and the quality and access to social, health and social care services (Hoff 2008). Divorce and widowhood factors are also among the risks of social exclusion of persons over 65 years of age. Consequently, social exclusion is formed as a result of the lack of family ties.

The annual monitoring of income and living conditions by the NSI is a major source of empirical data for Bulgaria in relation to indicators of poverty and social exclusion. It tracks the country's progress in combating poverty and social exclusion. The economic life of households has a significant impact on demand and supply of goods and services. On the one hand, households are involved in aggregate demand and on the other – they are creators of gross national product. This determines the need to treat them as social units that play a significant role in the creation and realization of economic relations (Bogdanov 2011). Detailed information on the indicators under review is illustrated in Table 2.

Table 2

**Relative share of the vulnerable persons per type of household  
(as a percentage of the total population)**

Year to which the data refers	2005	2006	2007	2008	2009	2010*	2011	2012	2013	2014
Household type										
<b>Total</b>	<b>18.5</b>	<b>22.1</b>	<b>21.3</b>	<b>21.7</b>	<b>20.7</b>	<b>22.2</b>	<b>21.2</b>	<b>21.00</b>	<b>21.8</b>	<b>22.0</b>
Households without children	16	18.4	21.9	23	19.4	20.4	19.2	19	16.7	21.7
Household with a single-member aged under 65	27.1	29.9	32.7	32.5	30.7	33.3	30.5	22.9	19.2	23.9
Household with a single member aged 65+	42.7	56	67.8	72.1	61.6	61.5	55.1	54.2	39.8	53.4
Household with a single member – a woman	45.6	55.2	66.3	67.7	58.7	59.9	55.8	51.4	36.6	50.4
Household with a single member – a man	22.5	28.7	34.5	39.4	34.5	35.2	29	26.8	22.8	25.8
Two adults aged under 65	12.3	17.2	16.5	13.3	12	12.7	13.9	13.8	13.2	15.1
Two adults, of whom at least one aged 65 or older	15.4	15.1	28.7	35.4	26.9	24.7	21	21	16.3	21.8
Three or more adults	10.9	9.8	10.6	9.3	7.9	10.5	9.9	10.7	12	12.7
Household with one child	9.8	10.1	11.7	11.8	11.8	12.1	12.3	12.8	13.2	13.5
Households with dependent children	20.4	24.7	20.7	20.8	21.7	23.6	22.9	23	24.1	14.5

One parent with dependent children	30.6	33.5	38.3	30.9	42.3	35.4	42.5	36	31.6	32.3
Two adults with one dependent child	10.9	11.6	11.8	12.9	13.7	13.2	14.6	15	16.2	12.9

Legend: \* The data for 2010 has been revised due to a change in the component “family allowances”

**Source:** *National Statistical Institute*

To a large extent, the relative share of vulnerable persons in a household is dependent on the economic activity of its individual members. For the period under review, the relative share of household groups affected was the lowest in 2005. The largest need for social assistance among the groups concerned is experienced by: two adults with three or more children, one person in the household - a woman, a solitary citizen /divorced, a widower / over the age of 65 and one parent with dependent children. In 2005, the poverty level for those living alone was 16 per cent. In 2008, it grew by 7% - i.e. to 23%, reaching the highest pre-crisis level. In families with children, the more children are included in the household, the more the poverty level rises. The poverty rate for households with two parents and one child rose by approximately 2.5 percentage points, from 9.8% in 2005 to 12.3% in 2011. A further increase was recorded for households with three children - from 64.9% in 2005 it reached 78.2% in 2010, i.e. an increase of more than 13%. Only in households with two children there was a decrease of 4.1% in the poverty level (16.7% in 2011, compared to 20.8% in 2005). According to data of the National Statistical Institute in 2014 there was a decrease in the relative share of vulnerable persons from two groups: households with dependent children and two adults with one dependent child.

The data for the period 2005-2014 show that with the increase of the incomes of the Bulgarian citizens, the relative share of people at risk of poverty and social exclusion also increased (from 18.5% in 2005 to 22.9% in 2016). It is assumed that most affected are children of single

parents, dependent children, large families, pensioners, women living on their own, and the unemployed. One-child families and couples without children are much less threatened by poverty risk. This shows the need for measures to change the situation where the risk of poverty increases for groups outside the labor market, while at the same time the overall living standard in the country rises. The reviewed data prove the need for well-balanced measures to increase income and reduce poverty.

Even before its full-fledged EU membership, Bulgaria began to make commitments to fight poverty by implementing the European mechanism for exploring and combating social exclusion. In this regard, the importance and the link with additional key social assistance policies of the country's official poverty line, which was determined for the first time in 2007 and annually updated by the Council of Ministers, should be on the rise (Radev 2008). The data from the household budget survey in Bulgaria conducted by the NSI is used annually to calculate its size. The amount is determined in order to ensure that the minimum subsistence needs of food and non-food goods and services are met.

In 2005, the program "Overcoming Poverty" was launched under the jurisdiction of the Employment Office. It targets unemployed persons who do not have the necessary education and training and are beneficiaries of monthly social assistance. As a result of this project, a poverty map was created in Bulgaria. According to data from 2005, 13 of the municipalities in the country have unemployment rate higher than the average. In the structure of the unemployed registered in the territorial divisions of the Employment Office there are mainly persons with basic or lower education. The municipalities in question are mainly in areas where agriculture is the main livelihood. The program has three main modules:

- The first module is Literacy. It includes unemployed people who have defined themselves as illiterate;

- In the second module, Vocational Qualification, people in the respective municipalities are trained in professions that are sought on the local labor market or can ensure employment in activities that will be developed in the future;

- The purpose of the third module, Employment is to provide em-

ployment by occupying vacancies announced in the Labor Offices, including jobs in other localities, providing subsidized employment in activities related to the mentioned areas within the scope of the program, self-employment after developing business plans for self-employment (Ministry of Labor and Social Policy 2005).

Poverty is a socio-economic phenomenon and as such it is directly related to economic performance. Overcoming it is a problem that requires not only the efforts of the competent institutions but also of the individuals themselves (Georgiev, N., P. Angelova, S. Panteleva, et al., 2011: 34). The right social assistance policy and anti-poverty programs help to reduce it. Their effects play a fundamental role in the quality of life both in the country as a whole and in the individual administrative-territorial units. In areas with higher unemployment, the effectiveness of their implementation is more precise. In order to reduce poverty in these local subdivisions, social assistance policy relies on minimum guaranteed income schemes and targeted energy regulation. The strategy of the program is to stimulate the local population according to the specific features of the region, its individual peculiarities and its prospective development. The goal is to reduce the level of long-term unemployment and thus reduce poverty.

Under local self-government, municipalities are largely looking for ways to self-finance their anti-poverty projects from EU pre-accession and structural funds or through public-private partnerships. They have the capacity to take measures at the local level. The effects of anti-poverty programs are not enough to overcome poverty. Apart from the efforts of the competent institutions, the active intervention of the citizens of the country is also necessary.

The income inequalities considered in the paper are largely influencing the purchasing power and hence the consumption of goods and services by individuals and households (Eurostat 2010). Given Bulgaria's commitment to the Europe 2020 strategy for poverty reduction, a large proportion of the country's population expects poverty to decline. However, poverty maintains relatively constant and growing rates.

The activities provided by the government to vulnerable persons include education, training, retraining, access to health services and first

job assistance. They are intended to facilitate access to the labor market and public services. The national programs attempt to create quality jobs, ensuring long-term employment using the acquired qualification. The full professional realization is a step towards the prevention of high levels of risk of poverty and social exclusion in Bulgaria. It would positively influence the suppression of the "working poor" syndrome. The flexibility of the labor market largely depends not only on the public sector but also on its partnership with local and foreign employers.

## References

1. BLAGOYCHEVA, H. (2011). Monetarnata bednost v Balgariya (izmereniya i sotsialna zashtita). Veliko Tarnovo: Izdatelstvo Faber. (in Bulgarian)
2. BOGDANOV, B. (2011). Nablyudeniya na domakinskite byudzheti v Balgariya (1925 – 2010 g.). Ikonomicheskа misal, Institut za ikonomicheski izsledvaniya, Sofiya, LVI, № 5, s. 78. (in Bulgarian)
3. GEORGIEV, N., ANGELOVA, P., PANTELEEVA, S. (2011). Savremenni izmereniya na prilaganite politiki i strategii „antibednost“ v Balgariya v konteksta na evropeyskiya sotsialen model. Dialog, INI, Izvanreden tematischen, str. 33-48. (in Bulgarian)
4. Ministry of Labour and Social Policy. (2005). Overcoming Poverty Programme. Sofia, 2005, pp. 1-14.
5. NSI. (2016). Income and living conditions statistics 2016, Sofia.
6. NSI. (2015). Income and living conditions statistics 2015, Sofia.
7. NSI. (2014). Income and living conditions statistics 2014, Sofia.
8. NSI. (2013). Income and living conditions statistics 2013, Sofia.
9. NSI. (2012). Income and living conditions statistics 2012, Sofia.
10. NSI. (2011). Income and living conditions statistics 2011, Sofia.
11. NSI. (2010). Income and living conditions statistics 2010, Sofia.
12. RADEV, N. (2008). Bednostta v Balgariya. Sofiya, izd. Natsionalen savet po satrudnichestvoto i etnicheskite i integratsionni vaprosi.
13. TSACHEVA, Ts. (2016). Otgovor na pismo № 654-06-300 /17.02.2016 g. s vapros ot g-n Antoni Trenchev ot nosno merki za namalyavane na bednostta i riska ot sotsialno izklyuchvane. Sofiya:



MTSP.

14. Eurostat. (2010). Combating Poverty and Social Exclusion: A Statistical Portrait of the European Union 2010. Luxembourg: Publication Office of European Union, 2010.

15. EUROSTAT. (2017 a). Downward trend in the share of persons at risk of poverty or social exclusion in the EU. News Release 155/2017 - 16 October 2017, Luxembourg: Publication Office of European Union, 2017.

16. EUROSTAT. (2017 b). One European in six is materially deprived. Luxembourg: Publication Office of European Union, 2017.

17. EUROPEAN COMMISSION. (2017). People at risk of poverty and social exclusion. Eurostat, Statistics Explained.

18. HOFF, A. (2008). Tackling Poverty and Social Exclusion of Older People – Lessons from Europe. Working Paper № 308, Oxford: The Oxford Institute of Ageing.

# БЪДЕЩЕТО НА БЕЖАНСКАТА КРИЗА И БЪДЕЩЕТО НА БЪЛГАРИЯ

*Ервант Степанян, Кирилка Ненкова*

## THE FUTURE OF THE REFUGEE CRISIS AND THE FUTURE OF BULGARIA

*Ervant Stepanyan, Kirilka Nenkova*

### Abstract

Analyzing the attitude of the Bulgarian population towards the refugees and the challenges facing Bulgaria, the authors justify the need for an active policy to regulate migratory flows: conditions for keeping the younger generation in Bulgaria, attracting / returning Bulgarians from abroad, attracting migrants with appropriate educational, qualification socio-cultural and other characteristics

*Key words: refugee crisis, migration, refugees, Bulgarian future.*

### I. Встъпителни бележки

През 2016 г. Институтът за регионални изследвания на ВУАРР проведе емпирично социологическо изследване, посветено на отношението на българското население към бежанците и бежанската криза. Основните резултати показаха че за разлика от XX век, когато България приема поне 4 вълни бежанци и се отнася към тях състрадателно, днес **има принципна промяна** в отношението на българските граждани към бежанците. **Доминантни се оказват негативните** нагласи.

Заключението ни беше, че причините за тези масови нагласи и отношение, следва да се търсят в поне три направления:

1. Изменил се е **характерът на феномена „бежанец“**. Нещо в съвременните бежански потоци, в самата бежанска криза и факторите, които я обуславят, са принципно различни от предходните. Водещо в случая се оказа, че бежанците се възприемат не /само/ като бежанци, а като икономически мигранти;

2. Настъпили са някакви **глобални промени** в света и в международните отношения, които превръщат формиралата се ситуация от **принципно приемлива в неприемлива**;

3. Изменил се е **националният характер, народопсихологията и социалните ценности на българския народ**. Българите са станали по-големи индивидуалисти, развили са известна ксенофобия и расизъм, шовинизмът им пречи реално да оценяват събитията.<sup>1</sup>

По нататъшният анализ ни изправи обаче пред няколко нови въпроса:

1. Докога ще продължава т.нар. „бежанска криза”, какви са шансовете тя да се ограничи или прекрати?

2. Пред какви рискове и възможни последици са изправени Европейският съюз и съответно България, ако мигрантският натиск не се прекрати и/или не се разработят нови и по-ефикасни политики за движението и интеграцията на мигрантските потоци?

## **II. Бъдещето на бежанската вълна**

Практически още от появата си, човешкият род е „в движение”. Общностите /родове, племена/ на номадите, занимаващи се основно с присвояване на природни продукти /лов, риболов, примитивно плодосъбирачество/ и досега, доколкото ги има, следват, съобразно сезонните или по-сериозни климатични промени, ресурсите, необходими им за да преживяват, осигуряват своята храна. С появата на цивилизацията, отличаващи се предимно с производство на нещата, необходими за удовлетворяването на човешките потребности, този процес **не се** прекратява.

Преместването на различни групи от хора е ставало по множество фактори.

**Първият** от тях е свързан с търсенето на по-подходящи за

---

<sup>1</sup> Вж.по-подробно: Степанян, Е. 2016. Масовите нагласи на българите относно бежанската криза. Сборник доклади от Международна научна конференция "Човешки ресурси, лидерство и организационен мениджмънт", 24-26 юни 2016 г., Том I, ISSN 2367-945X, стр. 292-310.

съответните технологии условия на околната среда – по-добра /неизтощена/ земя и вода, дивеч и риба, нужния за плодородие климат и т.н. Така „в търсене на Едем”, хората намират най-подходящите за заселване условия и създават цивилизацията на „Плодородния полумесец”, на Инд и Ганг, Хуъанхъ и Яндзъ.

Достатъчната храна и по-добрите условия на живот стимулират развитието на **втория** основен фактор – демографския. Ръстът на населението има за резултат презаселване на съответните територии и/или изтощаване, изчерпване на наличния ресурсов лимит. Това от своя страна обуславя възникването на конфликти<sup>2</sup> между различните групи или води до общ упадък и разпад на съответното общество<sup>3</sup>

Конфликтите, войните са **третия** основен фактор, стимулиращ преселението на големи групи от хора. От една страна, те са целели предимно завоюването на определени територии/ресурси/ и/или налични богатства/роби. В тези случаи местното население се преселва, спасявайки живота си. От друга страна, тъкмо по-богатите и могъщите са завземали територии, но не за да ги използват пряко, а за да експлоатират местното население/данъци и други ресурси/<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Според К. Кларк, първите войни на човечеството са били за плодородните земи между различните земеделски общности. Виж по-подробно: Кларк К., 2004, Цивилизацията., С., Бард.

<sup>3</sup> Тази теза най-последователно е развита от Джаред Даймънд при анализа на „изчезналите” общества на маите, анасазите, обитателите на Великденския остров и др. Виж: Даймънд Дж., 2007, Колапсът. Човешките общества между успеха и провала., С., Изток-Запад

<sup>4</sup> Показателно е, от една страна, че Рим завоюва Египет, и Северна Африка, създава провинции като Галия и Испания не за да прогони живущите и да ги засели с римляни, а тъкмо за да осигури прехраната и благоденствието на римските граждани.

От друга страна, движенията на големи племенни общности из Европа се стимулират от миграцията на други по-силни племена /келтите, германите, хуните, аварите, хазарите и пр./ Нашествията на т.нар. варвари /на гали, на кимври и тевтони, на вестготи, на лангобарди., на хуни и вандали/ към Римската империя до средата на V век целят не завоюването на Рим, а получаването на богатства /откуп/, освобождаването на заробени варвари и **получаването на право да се заселят** на по-подходящи територии на империята.

На практика при по-тежките условия на живот, части от покореното население също се преселват. Но ако в първия случай преместващите се са **бежанци**, то във втория са **предимно мигранти**.

Може да се посочат още редица фактори, стимулиращи движението на значителни по брой групи хора. Климатични промени могат да превърнат цветущи райони в неподходящи за живот и обратното<sup>5</sup>. Технологичният напредък повишава възможностите за заселване на хора при условия, дотогава считани за неприемливи за живот, както и повишава ценността на по принцип непривлекателни територии, поради наличието на определени ресурси /Сибир, Арабския полуостров и др./

Настъпването на модерността не намалява движението на хора, дори напротив. Ако до 16 век то се извършва главно на територията на Евразия, след Великите географски открития, старата Европа, страдаща нерядко и от глад и пренаселеност /по тогавашните стандарти/, доста масово тръгва да се преселва и това преселение добива междуконтинентални измерения. Поне в два континента с над 400 млн. население /Северна Америка и Австралия/ преселниците доминират, а местното население е сведено до няколко процента. Особено силни са тези процеси през 19 и 20 век, свързани със социално-политическите катаклизми, разтърсващи все глобализацията се свят.

С други думи, ако решим да говорим за „Велико преселение на народите“, по-точно би било да го търсим не в 4 и 5 век, а в съвременната епоха. Принципната разлика в преселническите вълни обаче е в това, че ако до Средновековието са се премествали главно цели племена и народи, през модерността процесът на преселение е по-„индивидуализиран“ – преместват се индивиди, семейства, приятелски и/или роднински както и религиозни групи /пуритани, сектанти и пр./, малцинствени общности и т.н.

Основният извод от този кратък исторически преглед е, че **хо-**

---

<sup>5</sup> Приема се, че намалението на степите, вследствие на настъпването на пустинята Гоби е един от факторите за обединението на монголските племена от Чингиз хан и походите им към Китай и Европа, довели до създаването на най-голямата държава, съществувала на света.

**рата винаги са се премествали търсейки по-добър живот и/или спасявайки се от различни форми на преследване и дискриминация.** Факторите, стимулиращи преселенията още от зорите на човечеството, макар и модифицирани в една или друга степен, продължават действието си и сега. Процесите на миграция **не са спирани и няма да се прекратят**, особено сега, когато срещу богатия 1 милиард са се изправили близо 7 милиарда относително по-бедни хора.

### III. Различията и аналозите

За разлика от бежанските и изобщо миграционните потоци до първата половина на 20 век, сега се очертават промени, свързани както с характера на бежанската вълна, така и с глобалните промени в света и в международните отношения.

**Първо**, бежанецът винаги досега се е възприемал като **беглец, зарязал всичко, за да се спаси.** Бежанците са били „изгнаници клетки“ и „отломки нищожни“, останали гладни, жадни, без подслон и препитание, разчитащи на милостта и щедростта на чужди за тях хора. Днес обаче /не без помощта на медиите/ виждаме млади, здрави и прави хора, добре облечени и обути, със спретнати ранички, смартфони, таблетки и пр. Хора, които. Дори само фактът, че нуждаещият се от помощ има /или поне демонстрира/ **равен или по-висок стандарт на живот** от значителна част от „помагачите“, вече създава негативни нагласи.

**Второ**, за разлика от миналото, когато бежанците са приемали всякаква работа за да се изхранят, сегашните бежанци нерядко дори изхвърлят храна и дрехи, които им подаряват, защото не отговарят на тяхните високи изисквания. Днес те доста често не **молят** за помощ, а **изискват** да им се осигуряват съответни условия на живот, на които **„имат право“!** При това страни като България, Румъния, Гърция, че и Италия са „недостатъчно добри“ за тях. Прак-тически не скриват, че България „не е достойна“ за честта да се приобщят към нейното население, да научат езика ѝ и т.н., че тя сега трябва само да се погрижи за тях, докато достигнат „обетованата земя“ на Западна Европа.

**Трето**, с края на Студената война и демократизацията на Източна Европа, започна процес на преформатиране на границите на редица държави. Правото на самоопределение, в съчетание с етнонационалистически вълни, възникващи в кризисни условия, доведе до появата на поне 10 нови държави на Европейския континент. Миграцията и „изтичането на мозъци” в рамките на Европейския съюз задълбочи демографската криза, а в някои страни я превърна в демографска катастрофа. Разпадът на бивша Югославия демонстрира как граници могат да се прекрояват не само с „Калашников”, но и с „Белелашников”, т.е с промяна на съотношението на етносите в дадени региони, вследствие на демографските процеси. Вече около 20 години светът живее в условия на терористични заплахи, генерирани преди всичко от общности, използващи ислямския фундаментализъм като идеологическа основа за ужасните си разрушения и убийства на невинни граждани. Независимо доколко основателно, тероризмът не само периодично стряска, плаши и/или обединява, но и променя начина на живот, традиционните права и свободи на много милиони европейци. Това определено поражда известни страхове сред европейското население и стимулира развитието на откровено неофашиски и националистически партии.

**Четвърто**, през целия 20 век и особено след разпада на колониалната система е налице устойчив поток от емигранти от бившите колонии към метрополиите. Следвоенното икономическо възстановяване създаде феномена на т.нар. „гастарбайтери”, значителна част от които /особено от Турция, Португалия, Испания и бивша Югославия/, без да се възприемат като гости, трайно се заселиха в Западна Европа. Понастоящем между 10 и 16 процента от населението на страни като Великобритания, Франция, Германия, Холандия, скандинавските страни и др. **не са родени в страната, в която живеят**. За интегрирането на тези значителни потоци в Западна Европа /а после и в ЕС/ се използваха два основни модела – на мултикултурализма /Великобритания, Германия и пр./ и на асимиляцията<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Вж. по-подробно: Malik K. Europe's Dangerous Multiculturalism., Foreign affairs, 2015 December 8, In: <https://www.foreignaffairs.com/articles/western-europe/2015-12-08/europes-dangerous-multiculturalism>

/Франция/, но и двата не доведоха до очакваните резултати. Наред с процеса на интеграцията протичат и доста интензивни процеси по обособяването на тези общности по странни /често и въображаеми/ и неразбираеми за масовото съзнание критерии /напр., в група на „мюсулманите“/.

Процесите на изолиране и гетизация на тези общности също пораждаат напрежения и в условията на „глобалното електронно село“ се отразяват и на нагласите на населението. Допълнително опасения и страх пораждаат и някои екстремистки действия на емигрантите в ежедневието като например нападенията и ограбването на жени в новогодишната нощ в Кьолн, които по принцип не са „чудо-невиждано“ /и немци извършват такива престъпления/, но предизвикаха острата реакция именно поради масовия си и организиран характер и поради вписването им в една друга отчетлива тенденция.

**Пето**, става дума за тенденцията да „имаш право“ да живееш по свои норми и правила, ценности и религия, но да не допускаш правото на другия да има различни такива. Отсъствието на каквато и да е реципрочност в правата и задълженията, съществуващи в европейските демокрации в сравнение с арабски и други авторитарни и/или шериатски държави не само се възприема от масовото съзнание като несправедливо, то е **несправедливо**. В Европа емигрантите имат права, които те отстояват<sup>7</sup> и се стремят да налагат своите модели на поведение и начин на живот. Няма нищо лошо да има 5 000 джамии в Германия, но е много лошо ако има църква /християни/ в Сирия или древна статуя на Буда в Афганистан. В същото време в редица страни от Арабския полуостров, Малайзия и пр/ може да бъдете бити и/или да лежите в затвора ако употребявате публично алкохол...Така „еднопосочното“ схващане на толерантността води до налагането на модели за ползване на

---

<sup>7</sup> Социалните мрежи обиколи снимка на билборд, поставен на входа в мюсулманския район /гетото/ на Манчестер, в който на всички се съобщаваше, че това е зона „свободна от“ /т.е. забранено е/ алкохол, наркотици,, хомосексуализъм и неприлично облекло. Иначе казано „Манчестер трябва да живее в тази своя част не по законите на държавата, а по законите на „водачите на общността“.



колективни /етнически, религиозни и пр./ права в разрез с правата на другите. „Ние” имаме правото не само да съхраняваме своите обичаи и традиции, ценности и норми, език и култура, но и да изискваме „Вие” да ги уважавате. В същото време, „Ние” не сме длъжни да се съобразяваме с „Вашите”...

**Седмо**, през последните години светът стана свидетел на разпадането на редица държави от Африка, Арабския полуостров и някои азиатски страни. Тези процеси-резултат от геополитическите интереси на САЩ и други от т.нар., Велики сили, бяха съпроводени от редица етнически, междуплеменни и религиозни конфликти, своеобразни граждански войни и т.н. Липсата на държавност и ред в Ирак, Афганистан, Либия, Сирия, Йемен и пр. страни, генерира активизирането на терористични групировки като Ал-Кайда, Мюсулманските братя, Боко Харам, възникна ИДИЛ /ДАЕШ/, изостриха се вековните противоречия между сунити и шиити.

**Осмо**, броят на засегнатите от въоръжените противостояния, от политическите, етнически, религиозни, расови и пр. сблъсъци, при това практически едновременно в редица страни, стана **много голям**. По данни на ООН само бежанците /без нямащите подобен статут мигранти/ са **65-68 милиона души**, т.е. близо 1 % от населението на планетата И „количественото натрупване доведе и до качествени изменения”. Бежанската вълна заля не само съседите /Йордания, Ливан и пр./, но и **цяла Европа**:

- Традиционния и до голяма степен овладян в миналото от диктатора Кадафи либийско-италиански поток<sup>8</sup> от Африка към Европа, след разпада на Либия се активизира и създаде редица проблеми не само на Италия, но и на Франция и Великобритания;

- Новият път за масова емиграция през Балканите, още от 2013 г., започна да се използва и като средство за натиск върху

---

<sup>8</sup> Тази бежанска вълна включва главно африкански икономически емигранти /но има и бежанци/, от които, като правило, в Италия остават около 10-ина процента. По-голямата част от емигрантите, в зависимост чии колонии са били /т.е. знаят езика и донякъде културата на метрополията/ продължават за Франция или Великобритания. Емигрантите от Мароко и Тунис ползват и пътя през Гибралтар за Испания.

Европейския съюз и доведе до редица проблеми за България, Гърция, Македония и другите страни от бивша Югославия, Унгария и др. Мерките, вземани от различни страни само модифицираха движението на потоците през Балканите;

- Формираха се и още няколко потока за емиграция /през Румъния, Русия, Украйна, Беларус и Полша/, но по ред причини, те не можаха да станат масови дестинации.

Резултатът от **всичко това доведе до най-мощната бежанска криза** в Европа, за последните десетилетия.

Какви са мерките, които предприема Европейският съюз?

Мисля че не е необходимо да се доказва тезата, че ЕС е приемник и наследник /макар и не единствен/ на културата и културните традиции на Рим, представлява своеобразния „Трети Рим“<sup>9</sup> на човечеството. В тази връзка се налагат любопитни аналогии, които може да се окажат повърхностни, но все пак има над какво да се замислим:

**Първо**, Рим приема „варвари“ които се прехранват като търговци, служители, военослужащи и пр. Отначало дори и част от робите предпочитат да живеят в дом с водопровод и канализация, осигурена храна и дрехи и пр., вместо да са отвъд Рейн в колиби и да водят полугладно съществуване. След време обаче не просто римският грежданин, но и римски конник и военачалник Арминий, организира засадата и разгромява на легионите на Квинтилий Вар в Тевтобургската гора. Лангобардите над 100 години служат като воители на Рим, но в удобния момент нахълтват в империята и създават своя държава /в района на Ломбардия/. Подобно е и поведението на вестготите и т.н.

Европа приема бежанци и мигранти след Втората световна война, доколкото има нужда от работна ръка. Отначало тези хора работят и се стремят да се квалифицират, стараят се да научат местния език, традиции и култура. Макар и неголяма част от следващите поколения обаче, заедно с някои от следващите мигранти, се чувстват дискриминирани, предпочитат да живеят на социални

---

<sup>9</sup> Въпреки че претенции за това са имали и империята на Карл Велики, Руската империя и пр.

помощи и не се стремят да бъдат част от обществото, което ги е приело. След това се оказва, че някои от тях воюват за ИДИЛ, други извършват терористични актове. Разбира се, все още съвременният Арминий не се е появил, но може би е въпрос само на време?

**Второ**, отчитайки засилващия се натиск на варварите, Рим решава да се предпази с по-трайни съоръжения. При император Адриан се изгражда т. нар. рейнски лимес - система от укрепления и фортове, имаща за цел да държи варварите далеч от богатата на цивилизования свят.

Какво правят в пика на т.нар. бежанска криза днес България, Унгария, Австрия и други страни от ЕС? Същото.

Какво обещава да построи Д. Тръмп на границата на САЩ с Мексико? Също стена. Тя наистина е извън Европа. Но и император Адриан след 122 г започва, а след смъртта му се завършва строежа на „стената на Адриан“ в Англия, части от която, за разлика от рейнския лимес, са се съхранили и досега.

**Трето**, пак с цел да се отрази миграционния натиск Рим създава системата на т.нар федерати. Това са такива варварски племена, които въз основа на федус/договор/ получават правото да се заселят на територията на империята срещу задължението да защитават границите на империята и да участват в отбраната ѝ. Някои от федератите са получавали ежегодно и пари за услугите си. Федерати са били готите, лангобардите, даже хан Кубрат е бил федерат въз основа на договора си с император Ираклий.

ЕС доскоро подкрепяше диктатора Каддафи в Либия за да спира африканците на своя територия., Няколко пъти се платиха сериозни суми на Турция, за да не допуска бежанците в ЕС. Либия се разпада в момента, но политиката на Турция непрекъснато се „втръдява“. Макар и да не е приета окончателно, ЕС е на път да формулира и провежда политика за заплащане на издръжка на бежанците към трети страни, стига те да се съгласят да приемат и държат бежанците при себе си.

Аналогиите сигурно могат да се търсят и откриват още дълго, но надали има смисъл от това. По-важното е, че ЕС няма своя ефективна политика по отношение на бежанските и миграционните потоци. Няма възможност тук да се формулират принципите на

такава политика. Но все пак може би следва да се каже, че Дъблинските протоколи, както и системата за квотно преразпределение на бежанците не работят и надали ще проработят някога, ако не се предприемат усилия за ограничаване на факторите, стимулиращи миграцията: прекратяване на военните конфликти; пакет от добре контролирани помощи **за икономическо развитие** на „провалените държави“; за образование и квалификация на все по-нарастващото население на страните от „третия свят“ и пр., които да превърнат формиралата се ситуация от принципно неприемлива в приемлива за европейските граждани.

#### IV. Бъдещето на България: възможности и рискове

Ситуацията на България днес съвсем не е еднозначна. Засега тя не е желана от бежанците и мигрантите, затова е и толкова голям броят на нелегално влизащите в страната – целта им е да не бъдат регистрирани тук и да не бъдат върнати обратно от Западна Европа.<sup>10</sup>

В същото време следва да се отчитат и поне още две важни обстоятелства:

**Първо**, България е в тежка демографска криза или дори катастрофа. Населението години наред е с отрицателен прираст. Близо 2 млн. предимно млади наши сънародници живеят в чужбина. Освен високата цена на „изтичането на мозъци“, България плаща и със сериозни проблеми в пенсионно-осигурителната система, с липсата на квалифицирани кадри за икономиката, но и с това, че българската народност, както и нацията като цяло се топи. По данни на НСИ, българската етническа група обхваща почти 85 % от населението, но във възрастовата група „0 до 9 години“ българчетата са под 73%<sup>11</sup>. Този факт не само подхранва идеологически електората на националистическите партии, но и поражда **опасения и страхове за**

---

<sup>10</sup> Не само у нас е така – в Гърция едва около 40% от навлизащите емигранти са регистрирани там, в Италия има силен натиск да не ги регистрират, а да ги пропуснат в ЕС..

<sup>11</sup> Вж: <http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Census2011final.pdf>

**бъдещето** сред редица български граждани.

**Второ**, мнозинството от българите са настроени негативно пред перспективата да се приемат бежанци /главно от Близкия Изток/. Съществуват /друг въпрос доколко обосновани/ страхове, че тези хора няма да се приспособят и интегрират, че са налице множество рискове за бъдещето ни, ако приемаме емигранти.<sup>12</sup>

Иначе казано, изправени сме пред проблемна ситуация. **От една страна**, България ще изпитва огромни трудности и с висока степен на вероятност ще загине, ако не успее да привлече нови млади хора и по този /или други/ начини не се пребори със застаряването и естественото намаление на населението си.

**От друга страна**, много е вероятно, следвайки поговорката, че „Свето място пусто не остава”, у нас да се заселят хора от други етноси и съответно България да съществува при преобладаващо други култури, езици и т.н. при налично българско малцинство. Подобно „обезбългаряване” обаче също е неприемливо за днешното население.

Какви са възможните изходи?

**Преди всичко**, следва да се реализират съответни политики за задържане на младите и образовани специалисти в България. Тук не само държавата, но и бизнесът следва да разработят система от конкурентни заплати, стипендии и договори, осигурявайки кадри тук, а не за ЕС и развития свят.

**На второ място**, следва да се осигури върховенството на закона, да се ограничи корупцията и въведе ред<sup>13</sup> в развитието и издигането на кадрите в държавната и общинска администрация. Това не само ще намали бягството на нашите специалисти, но и ще привлече част от заминалите да се завърнат, ще стимулира чуждестранни инвестиции, ще допринесе за икономическия възход на страната и т.н.

---

<sup>12</sup> Виж Приложения 1 и 2 от проведеното от нас ЕСИ /в края на работата/.

<sup>13</sup> Показателна е позицията на младо семейство български специалисти, които имаха общ доход над 5 хил. лева месечно. От година живеят в Лондон и стандартът им на живот не е по висок от този в България. Но, както казват те, „приятно е да се живее в уредена държава”.

**Трето,** има доста млади хора от български произход в съседните държави и бившите съветски републики. Политиката за привличането им за образование в България не само следва да се активизира, но и да се премахнат пречките пред получаване на българско гражданство, както и да се стимулира процеса на трайното им заселване у нас.

**Четвърто,** има значителен брой български граждани /при това не само от малцинствените групи/, които са в неравностойно социално положение и не могат да се интегрират пълноценно в икономическия и социален живот на страната. Подценяването на отпадането от образователната система на големи групи от ромското малцинство през 90-те години на XX век, доведе до това, че сега има около 250 хиляди български граждани, пред които няма нито един почтен начин да си вадят хляба. Наложително е, ама наистина, да се квалифицират тези хора и да не се допуска по икономически, етнико-културни и пр. причини сериозна част от децата на България да не се образават и квалифицират до предела на техните възможности.

И накрая, България трябва да **участва във формирането** на ефективни, работещи политики на ЕС по отношение на миграцията и /още по-важното/ - да разработи **своя целенасочена политика за привличане на мигранти**, които по своите социокултурни, образователни и квалификационни и пр. характеристики, в най-голяма степен да съответства на националните ни потребности. Следва ясно да се осъзнае, че ако ние не провеждаме активна миграционна политика, ще ни я „провеждат“ от Судан и Сомалия, Турция и Саудитска Арабия...

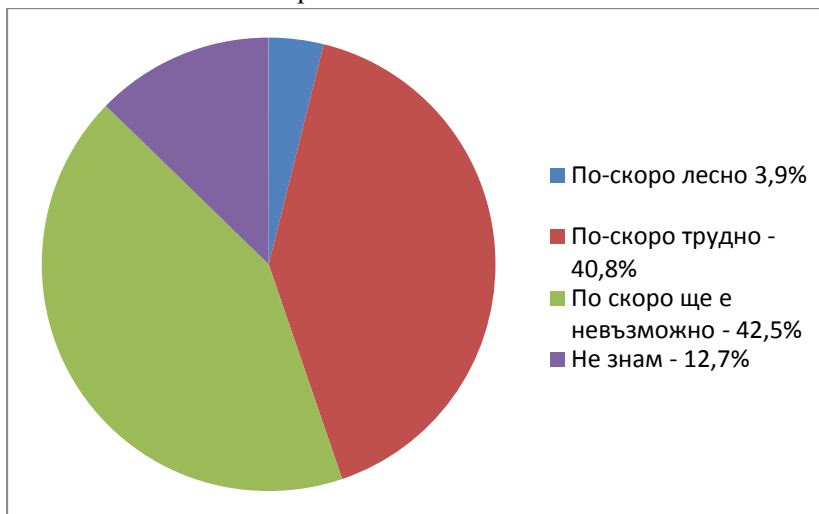
Накрая искаме да завършим с думите на нашия вече покоен народопсихолог Марко Семов: „...Защото Родината на тези млади хора само след 15-20 години ще е съвсем друга държава. В която българите ще бъдат само една екзотична част от населението. Езикът, на който ще говорят останалите да живеят тук, няма да е същият Вазов звучен български език, защото, макар и член на Европейския съюз, България най-вероятно нито ще е България, нито ще е равноправна европейска страна...”

## Използвана литература

1. Даймънд Дж., 2007, Колапсът. Човешките общества между успеха и провала., С., Изток-Запад
2. Кларк К., 2004, Цивилизацията., С., Бард, 2004 .
3. Семов М.Интервю в: <http://epicenter.bg/article/Prof--Marko-Semov-prorocheski--Така-sa-izchezvali-ne-samo-darzhavi--no-i-imperii-/118521/11/0>
4. Степанян, Е. 2016. Масовите нагласи на българите относно бежанската криза. Сборник доклади от Международна научна конференция "Човешки ресурси, лидерство и организационен мениджмънт", 24-26 юни 2016 г., Том I, стр. 292-310.
5. Malik K. Europe's Dangerous Multiculturalism., ( Foreign affairs, 2015 December 8, In: <https://www.foreignaffairs.com/articles/western-europe/2015-12-08/europes-dangerous-multiculturalism>
6. <http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Census2011final.pdf>

## Приложение № 1

Как, според Вас, ще се приобщят повечето от бежанците към начина на живот в България?"



## Приложение № 2

Какви са, според Вас, най-големите рискове за България от приемането на бежанци?" (в %)

Рискове за България от:	%
Възникване на конфликти в ежедневието в резултат от различията в начина на живот и мислене	45,2
По-високи държавни разходи за издръжка на бежанците	39,0
По-висока безработица сред българите	16,5
Заразни болести и епидемии	29,7
Етническо и религиозно противопоставяне	32,3
Нарастване на престъпността	38,2
Терористични актове/заплахи	37,0
Обособяване на бежанците в гета	18,3
Друго	1,0
Общо	257,4
Не мога да преценя	2,6

**Забележки:** 1. Сборът на процентите е повече от 100,0% тъй като интервюираните лица са давали повече от един отговор.

2. В „Друго” влизат отговорите: „Всичките рискове са актуални за България” – 10 интервюирани лица.



# ПРОБЛЕМЪТ "ОБРАЗОВАНИЕ" В ЕВРОПЕЙСКАТА ОБЩНОСТ

*Александрина Александрова*

## THE "EDUCATION" PROBLEM WITHIN THE EUROPEAN UNION

*Aleksandrina Aleksandrova*

### Abstract

Higher educational level among population leads to a better labor market realization and an unemployment reduction. On the other hand, the R & D Investments and more efficient resource exploitation increase European economy's competitiveness. That is why examining and analysing the "education" problem in the context of the Europe 2020 Strategy is the focus of this paper.

**Key words:** *education, "Europe 2020" strategy, R&D investments.*

Повишаването степента на образование на населението е фундаментален проблем, оказващ своето въздействие върху всички сфери на икономическия и социален живот в една държава. Високата степен на образование създава предпоставки за развитието на научния и технически прогрес, насърчаване на икономическия растеж, както и подобряване благосъстоянието на индивидите. Неслучайно образованието и инвестициите в образование са основен приоритет на всяко правителство и цел, поставяна в обхвата на множество стратегически документи за развитие на национално и международно равнище. Сред най-значимите, за България в частност и Европейския съюз като цяло, такъв стратегически документ е Стратегия „Европа 2020“.

В контекста на промените в икономическата конюнктура и предвид неблагоприятните последици върху икономиката на Общността, вследствие на Световна финансова криза, Европейската комисия разработва, приема и въвежда през 2010 г. десетгодишна стратегия на Европейския съюз за растеж и заетост или т. нар.

Стратегия „Европа 2020“. Тя представлява своеобразна политическа рамка за развитието на Европейския съюз през следващото десетилетие. В своята същност „Европа 2020“ е концентрирана в осигуряването на предпоставки и постигане на растеж в следните три направления:

- интелигентен — посредством прилагането на съвременни и по-ефективни инструменти в областта на образованието, изследванията и иновациите;
- устойчив — осъществяване на решителен преход към нисковъглеродна икономика и конкурентоспособна промишленост;
- приобщаващ — създаване на нови работни места и ограничаване на бедността в рамките на общността.

Стратегия „Европа 2020“ поставя пет взаимосвързани и допълващи се цели за постигането на растеж и заетост в рамките на общността, всяка от които се концентрира върху подобряване на условията в определена сфера на икономическия и социален живот – образование, иновации, заетост, социално приобщаване и бедност, климат и енергетика. Конкретните цели, които Европейската комисия поставя за постигане на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж в контекста на „Европа 2020“ и попадащи в обхвата на изследване на настоящата разработка са:

Първо: В сферата на научноизследователската и развойна дейност (НИРД), усилията се концентрират в постигане инвестиции в размер на 3% от brutния вътрешен продукт на Европейския съюз в НИРД.

Второ: В сферата на образованието се поставят два основни акцента – ограничаване и намаляване на съществуващото равнище на ранно прекратилите обучението си в средно образование в рамките на под 10% и установяване на равнище от поне 40% във възрастовата група между 30 и 40 години, придобили висше образование.

Поставените цели са общовалидни за целия Европейски съюз – изпълнението им е резултат от постигането на симбиоза между предприетите на национално и общностно равнище политики. Установяването на напредъка по постигане целите на стратегията се

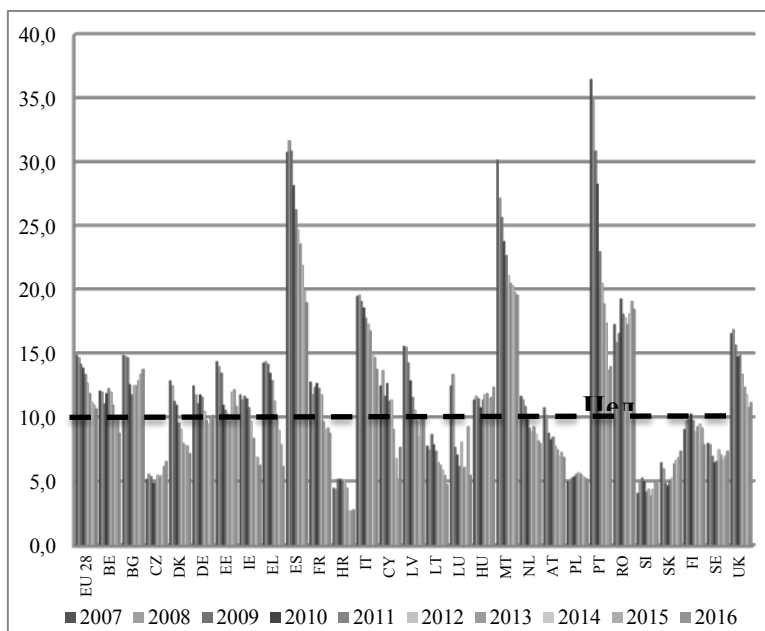
осъществява посредством европейския семестър (Европа 2020 (2015)). Основен акцент в постигането на посочените цели се поставя върху тяхното адаптиране и ратифициране от всички страни – членки на общността.

Взаимообусловеността и свързаността на посочените цели произтича от факта, че по-високото равнище на образование сред населението води до по-добра реализация на пазара на труда и намаляване на броя безработни лица от една страна и ограничаване на бедността от друга. Инвестициите в научноизследователска и развойна дейност и по-ефективната експлоатация на ресурсите повишава конкурентоспособността европейската икономика от една страна и увеличава производствения потенциал от друга, което неминуемо води до намаляване равнището на безработица. Ето защо във фокуса на настоящата разработка се поставя проблемът „образование“ в контекста на Стратегия „Европа 2020“. То представлява свързващият елемент между всяка цел, реализацията на така поставените в Стратегията основна и специфични цели в сферата на образованието е крайгълният камък, върху който се проектира бъдещото развитие на общността, и който ще осигури фундамент за установяване на устойчив, интелигентен и приобщаващ растеж.

В хода на настоящото изследване последователно ще бъдат разгледани специфичните цели, поставени от Европейската комисия в сферата на образованието и на базата на сравнителен анализ – оценен напредък по изпълнението им в рамките на Общността. Статистическите данни, на база на които е проведен сравнителният анализ са официално предоставяната от Евростат (Eurostat (2017)) статистическа информация за показателите, измерващи напредък на страните от Общността по изпълнението на Стратегия „Европа 2020“.

Повишаването степента на образование на населението неминуемо обхваща всеки образователен етап, ето защо усилията на Европейската комисия са концентрирани върху намаляване броя рано прекратилите обучението си в средно образование. Ранното отпадане от образователната система води до множество негативни

последници, свързани от една страна с невъзможността за намиране на висококвалифицирана работа и ограничените възможности за професионално развитие, а от друга с ниското равнище на заплащане и опасността от социално изключване на индивидите. През периода 2007 г. – 2014 г. средноевропейското равнище на този показател бележи тенденция към намаление и постепенно достигане на поставената цел от 10%. През 2007 г. неговото равнище е 14,9%, а в края на периода – през 2016 г. – 10,7%, което от своя страна е доказателство за ефективността и целенасочеността на провежданата от ЕС политика. Едва седем от страните-членки през 2016 г. регистрират равнище на показателя, по-високо от 10%, това са България, Испания, Италия, Унгария, Малта, Португалия и Румъния със съответно – 13,8%, 19%, 13,8%, 12,4%, 19,6%, 14% и 18,5% (Вж. Фигура 1). Необходимо е да се отчете фактът, че въпреки по-високото равнище от средноевропейското в Испания, Малта и Португалия напредъкът е забележителен – от стойности над 30% в началото на периода – съответно 30,8%, 30,2% и 36,5% той се редуцира до 19%, 19,6% и 14%. Особено впечатление прави стойността на показателя Румъния – единствената страна-членка, в която се наблюдава тенденция към нарастване – от 17,3% през 2007 г., до 19,3% през 2010 г., 19,1% през 2015 г. като достига до 18,5% в края на периода.

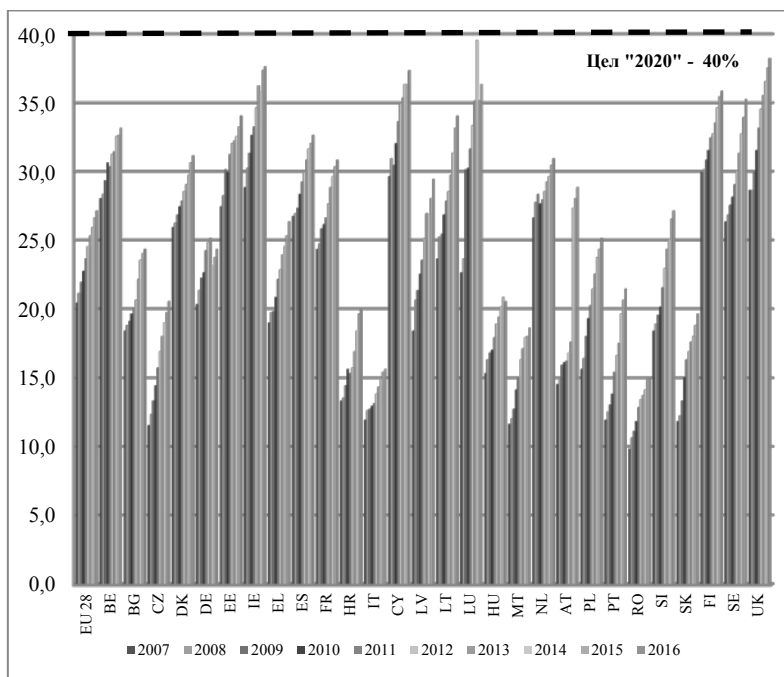


**Фиг. 1. Напредък на страните-членки на ЕС по изпълнение на специфична цел: „намаление на съществуващото равнище на ранно прекратилите обучението си в средно образование в рамките на под 10%“ (2007 г. – 2016 г.)**

В хода на осъществяване на анализа на показателя „намаление на съществуващото равнище на ранно прекратилите обучението си в средно образование в рамките на под 10%“ се откроява група от пет страни-членки, в които неговата стойност в края изследвания период през 2016 г. е под 6% - това са Хърватия, Латвия, Люксембург, Полша и Словения със съответно 2,8%, 4,8%, 5,5%, 5,2% и 4,9%. На база изложените статистически данни и осъществения анализ може да се заключи, че постигането на целта: „намаление на съществуващото равнище на ранно прекратилите обучението си в средно образование в рамките на под 10%“ до 2020 г. е осъществимо. Това твърдение е аргументирано от наблюдаваната тенденция към намаление на показателя в двадесет и седем от двадесет и осемте страни-членки на Общността, както и регистрираното през 2016 г. средноевропейско равнище от 10,7%, което е

с едва 0,7% по-високо от поставената за 2020 г. цел.

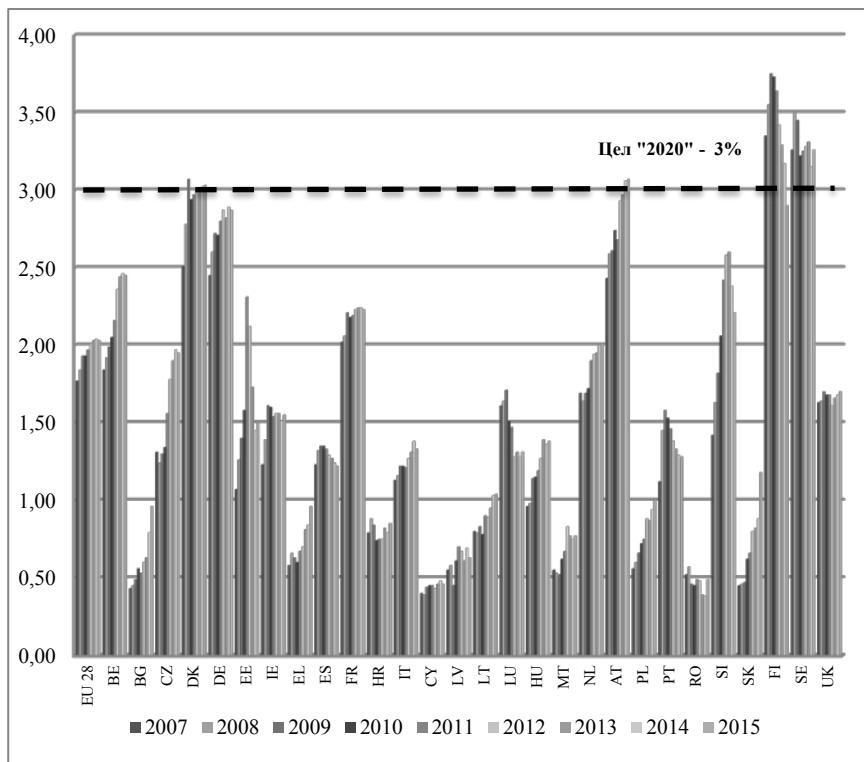
На следващо място в процеса по повишаване степента на образованост на населението, Европейската комисия поставя акцент върху установяването на равнище от поне 40% във възрастовата група между 30 и 40 години, придобили висше образование. Нарастването броя на притежателите на тази образователна степен води до множество благоприятни последици върху икономическото и социално развитие на всяка общност – от една страна високата степен на образованост и квалификация води до разкриване на множество възможности за професионална реализация и получаването на високи доходи, а от друга – наличието на повече квалифицирани специалисти осигурява потенциал и благоприятна среда за развитие на научно-техническия прогрес.



**Фиг. 2. Напредък на страните-членки на ЕС по изпълнение на специфична цел: „установяване на равнище от поне 40% във възрастовата група между 30 и 40 години, придобили висше образование“ (2007 г. – 2016 г.)**

През изследвания период средноевропейското равнище на показателя достига от 20,5% през 2007 г. до 27,2% през 2016 г. Сред страните, регистрирали най-високи стойности за периода, особено впечатление правят Ирландия, Кипър, Люксембург, Финландия, Швеция и Великобритания, в които той е над 35% - съответно 37,7%, 37,4%, 36,4%, 35,9%, 35,3% и 38,3% (Вж. Фигура 2). Непосредствено след тях се нареждат Белгия, Естония и Латвия с 33,2%, 34,1% и 34,1%. Страните, в които през изследвания период се наблюдават най-ниски стойности на показателя – под 20% са: Италия – 15,7%, Малта – 18,7%, Румъния – 15,1% и Словакия – 19,7%. В контекста на осъществяване на настоящия анализ, особено впечатление прави, че по двата анализирани до момента показателя, в групата страни с най-незадоволителни резултати попадат Италия, Румъния и Малта.

Следващата цел, поставена от Европейската комисия и попадаща в обхвата на настоящото изследване са инвестициите в научноизследователска и развойна дейност. Неслучайно този показател попада във фокуса на изследване – съществува неразривна връзка между образованието и НИРД – високата степен на образованост на населението гарантира осигуряването на предпоставки и благоприятна среда за развитие на научноизследователската и развойна дейност, което от своя страна е индикатор за насърчаване на техническия и технологичен прогрес; това неминуемо води до подобряване на икономическата конюнктура в рамките на Европейската общност като цяло и на страните-членки в частност. Развитието на НИРД е приоритет на всяко развито общество, но тази специфична дейност е изключително капиталоемка, ето защо повишаването на инвестициите в научноизследователската и развойна дейност е следващия приоритет, върху който е концентрирана Стратегия „Европа 2020“. Поставената в стратегията цел е: „постигане инвестиции в размер на 3% от брутният вътрешен продукт на Европейския съюз в НИРД“.



**Фиг. 3. Напредък на страните-членки на ЕС по изпълнение на специфична цел: „постигане инвестиции в размер на 3% от brutния вътрешен продукт на Европейския съюз в НИРД“ (2007 г. – 2015 г.)**

През периода 2007 г. – 2015 г. средноевропейското равнище на инвестициите в НИРД нараства от 1,77% до 2,03%. За разлика предходните два анализирани показателя, по отношение на този, в рамките на Европейския съюз се наблюдава тенденция към нарастване, но със значително по-ограничени темпове. При запазване на текущия темп на растеж на показателя е налице обективна невъзможност за постигане на поставената цел от 3% през 2020 г. В едва пет от страните-членки през 2015 г. се наблюдава равнище близко до или по-високо от поставената цел – това са: Дания – 3,03%, Германия – 2,87%, Австрия – 3,07%,



Финландия – 2,9% и Швеция – 3,26% (Вж. Фигура 3). Особено смущаващи са данните за показателя в седем от страните-членки на Общността – в тях равнището му през 2015 г. е по-ниско от 1% – това са България, Гърция, Хърватия, Кипър, Латвия, Малта и Румъния със съответно: 0,96%, 0,96%, 0,85%, 0,46%, 0,77% и 0,49%. Предвид факта, че инвестициите в НИРД са фактор, гарантиращ развитието на научноизследователската и развойна дейност и осигуряващ предпоставки за насърчаване на техническия и технологичен прогрес, стойностите на този показател в отделните страни-членки на Съюза са индикатор за необходимостта от по-концентрирана и целенасочена политика в тази област.

Изложените в хода на настоящото изследване теоретическа постановка и анализиранияте емпирични данни относно поставените в контекста на Стратегия „Европа 2020“ цели в сферата на образованието и научноизследователската и развойна дейност позволяват да се обобщят следните най-значими изводи:

Проблемът „образование“ е с фундаментална значимост по отношение развитието на икономическия и социален живот на всяко общество. Неслучайно повишаването на степента на образованост на населението и насърчаването на научноизследователската и развойна дейност попадат сред основните приоритети, както на Европейския съюз, така и на всяка от страните-членки. Високата степен на образованост от една страна създава предпоставки за подобряване икономическия и социален статус на индивида, а от друга – наличието на високообразовани и квалифицирани специалисти осигурява благоприятна среда за развитие на НИРД.

Анализиранияте данни за показателите „намаление на съществуващото равнище на ранно прекратилите обучението си в средно образование в рамките на под 10%“ и установяване на равнище от поне 40% във възрастовата група между 30 и 40 години, придобили висше образование“ показват, че при запазване на настоящите темпове съществува обективна възможност на ниво Европейски съюз за постигане на поставената цел по първия показател. Колкото до равнището от 40%, придобили висше образование – в голяма част от страните-членки постигането на така поставената цел до

2020 г. е неизпълнимо. Особено впечатление правят страните: Италия, Малта и Румъния, които регистрират най-ниско равнище за Общността и по двата показателя, което от своя страна е индикатор за неефективно водената в сферата на образованието политика от националните правителства.

По отношение на постигане инвестиции в размер на 3% от брутния вътрешен продукт на Европейския съюз в НИРД едва в пет от страните – членки на Европейския съюз се наблюдават стойности близки, или равни на поставената цел. Средноевропейското равнище на показателя през 2015 г. е 2,03% и въпреки тенденцията на нарастване през изследвания период, осъществяването на поставената за 2020 г. цел е на практика невъзможно. Смущаващите данни за равнището на показателя – под 1% в седем от държавите – членки е индикатор за необходимостта от навременното предприемане на мерки с цел подобряване адекватността и ефективността на водената в рамките на Европейския съюз политика в сферата на научноизследователската и развойна дейност.

### **Използвана литература**

1. Европа 2020 (2015)  
[http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/priorities/index\\_bg.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/priorities/index_bg.htm)
2. Стратегически документи - НПП БГ 2020. 2017.  
<http://www.strategy.bg/StrategicDocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=765>
3. Eurostat. (2017).  
<http://ec.europa.eu/eurostat/web>
4. Millennium development goals indicators. (2017).  
<https://mdgs.un.org/unsd/mdg/Metadata.aspx?IndicatorId=0&SeriesId=597>

# SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL BUSINESS – THE ONE SIDE OF TWO COINS

*Hristina Blagoycheva*

## **Abstract**

Modern society faces many new social problems - poverty, unemployment, aging, and so on. Local authorities are strongly committed to funding projects of social significance, but their capabilities are limited. Social entrepreneurship and social business offer innovative solutions that combine sustainable development goals with social integration at the regional level. Therefore, the aim of this report is to distinguish between the main features of the two types of business and to show the benefit of their functioning for the society..

**Key words:** *Social business, Social entrepreneurship. Social values*

## **INTRODUCTION**

The modern society faces a number of significant social problems arising on different levels - individually, in groups or for the whole society, which require different forms of intervention. On national level the welfare state is able to significantly reduce poverty and social inequality (Taylor-Gooby, 2001). There are various opportunities to finance projects of high social significance at regional level (Petrov, 2015). It is considered that the economic growth is also a linear, unlimited opportunity for improvement of the development of the society (Sedláček, 2011). But at the end of the 20th and the beginning of the 21st century, the public development idea faces the challenges of a global ecological crisis, constant global poverty, unemployment and inequality. The economic instability is induced even from the economic development, accompanied by the pursuit of a continuous improvement of the standard of living. The fact is that the increase in material living standards does not eliminate inequality in wealth and income (Piketty and Saez, 2014). At the same time, government spending on social protection is often criticized that if the state intervenes in business, people will become dependent on it and lose their spontaneous ability to work. This negative dependence is conceptualized in the hypotheses of the "pushing effect"

(de Swaan, 1998; Fukuyama, 2000).

In recent years, the events held by EU institutions have focused on issues such as social cohesion and sustainable development. It is recognized that in order to achieve the goals of a richer and more fair society it is necessary to combine economic growth with social integration. Promoting innovative ideas in public policies is crucial to support the values in each active and problem-solving social system. From this perspective, social reforms in different countries put emphasis on the development of social enterprises and the role of social business which can offer innovative solutions for social transformation. The major social entrepreneurs who change the model are the most critical single factor in catalyzing and implementing this transformation. (Drayton, 2006, p. 7).

In relation with the European Social Model and the Europe 2020 Strategy, the field of activity of the social entrepreneurship and social business is a wide area for management research, bearing in mind that they can provide significant support in tackling the economic and social problems at national and regional level. According to Mair and Martí (2006) study of social entrepreneurship and social business offers an exciting field for management scholarship. From this point of view, the need for clear definitions appears to help organizing the research, as well as to identify and compare the relevant phenomena.

There are many attempts in economic literature to define social entrepreneurship (Dees, 1998; Dees and Anderson, 2006; Defourney and Nyssens, 2010). Dacin, Dacin and Matear (2010, p. 39-41) present 39 different definitions. The definitions of social business are also not a little (Wilson and Post, 2011; Yunus, 2007; Yunus and Weber, 2010; Ziegler, 2009). Despite the many existing definitions, the boundaries and overlapping of the two phenomena are often unclear or challenged (Beckmann, Zeyen and Krzeminska, 2002). Moreover, the cases of their identification are very frequent.

Therefore the aim of this report is to distinguish between the main features of the two categories, their similarities and differences, as well as to define the benefit of their functioning for the society.

## 1. THE SHARED SOCIAL MISSION

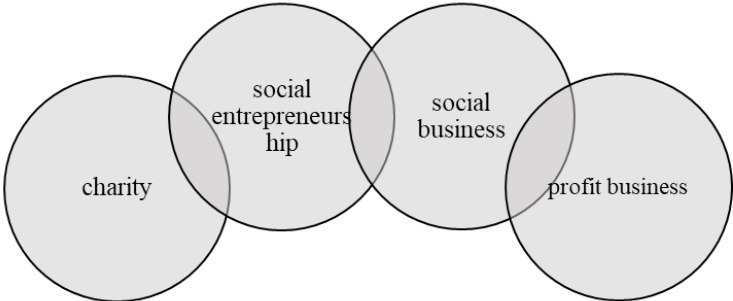
In the last two decades the market reality has changed significantly. Recognizing the need for social change, private companies and non-governmental organizations are starting to work together to achieve mutually beneficial relationships in which both sides learn from each other (Brugmann and Prahalad, 2007). Moreover, their activity combines two goals previously considered incompatible: financial sustainability and generating social value (Porter and Kramer, 2011). In this way, the common one that unites them - their social mission to society - comes to the fore.

The growing number of organizations that seek to address social issues through market mechanisms provoke scientists from all over the world to understand and theorize these new organizational forms. Some of them explore the characteristics of social entrepreneurs who make social change through business ventures (Bornstein, 2004; Zahra et al., 2009). Others explore the capabilities of organizations that integrate social missions with a commercial venture (Mair and Marti, 2006; Tracey, Phillips and Jarvis, 2011), by introducing new business models for that purpose.

There is controversial debate in the scientific literature about what is "social" in their work and what distinguishes them from traditional business ventures (Tan, Williams and Tan, 2005). The impossibility of giving definitive definitions comes from the very nature of the two forms of business. As Ziegler (2009, p. 9) points out, none of the participants in the discussions could discuss social entrepreneurship, focused exclusively on the "social mission", nor would it be plausible to focus exclusively on business and income. According to him, focusing specifically on the social mission will raise questions about how it differs, for example, from social services, charity and social activism. And if we focus our attention on entrepreneurship itself, then the question arises whether this is not a new form of business aimed at populism and improving the public image. Some researchers even suggest that all enterprises achieve a social purpose, directly or indirectly, through their contribution to employment or tax payments (Mair 2006). According to other authors, there is a clear difference predetermined by the social motives and mission

(Austin, Stevenson and Wei-Skillern, 2006; Murphy and Coombes, 2008; Weerawardena, and Mort, 2006). That's why sustainability, justice, innovation and system change issues should also be discussed. Obviously, it is necessary to look for a delicate balance between the business positioning and the implementation of the social mission for each organization.

The social mission of the two business forms is related to their pursuit of reducing the vulnerability and the social inequality in the society. They operate on the market, complementing the possibilities for government's intervention in this direction. The scale of their social focus places them between the pure charity and the business pursuing economic profit. Figure 1 presents both the overlapping moments and the differences between the different forms according to their priorities.



**Fig. 1. Market positions of the social entrepreneurship and the social business**

*Source: the author.*

While the charity is an activity that does not seek returns and profit, the social entrepreneurship combines business goals with predominantly social goals. Profits are reinvested in the company or society. The social enterprise also combines business goals with social goals, but its investments lead to an equivalent increase in social impact. In the latter form, social impact is considered only as an add-on to the core business program.

But what has been said so far still does not give a clear definition of

what is specific to the social focus in the actions of the organizations under consideration. On this basis, Beckmann, Zeyen and Krzeminska (2002) discuss the three alternative approaches - normative, pragmatic and formal-descriptive in order to define the social mission as a common denominator of social business and social entrepreneurship, and systematize their conclusions in tabular form (Table 1).

*Table 1*

**The three approaches to determining the social mission**

<b>Definitional approach</b>	<b>Normative</b>	<b>Pragmatic</b>	<b>Formal (ex negativo)</b>
What is 'social' is . . .	. . . to be defined in terms of ethical theory	. . . what is commonly agreed to be social	. . what is not driven by the financial imperatives of economic activities
Reference point	External theoretical perspective	Broader societal empirical consensus	Internal objective function of organization
Heuristic advantage	Fruitful for ethical discourse	Fruitful for selected case-based analysis that leaves out broader context	Fruitful for comparative empirical research and conceptual theorizing

*Source: Beckmann, Zeyen and Krzeminska (2002, p.28).*

According to the normative approach, the term "social" refers to an ethical issue. For this purpose, the ethical theory needs to give an answer to the question of what is "socially desirable" - whether, as Bentham (2000) suggests, maximizing the social benefit for the society or, if we comply with Sen's Functioning Approach (1999), which is beneficial for individuals. Obviously because of the many ethical perspectives, this approach is difficult to make managerial decisions.

The pragmatic approach defines "social" in relation to an obvious empirical consensus. But the value systems differ in different nations, religions and even between generations, and this makes it difficult to derive some generalized definitions.

Therefore, Beckmann, Zeyen and Krzeminska (2002, p. 27) offer a third approach - formally descriptive. It does not seek to look for what is "socially desirable", but to provide the researchers with flexibility, directing their attention within the organization. The starting point is to what extent enterprises are pursuing a financial goal (maximizing profits) or to what extent a non-financial social purpose is pursued.

Obviously, the third approach is most appropriate for making management decisions and easier research on the social contributions of a firm. It will also give a clearer view of the extent to which the fulfillment of the social mission - meeting social needs combined with the pursuit of reforming existing relationships in the society at national or regional level.

## **2. THE TWO ROLES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL BUSINESS IN SOCIETY**

It has now become clear that social entrepreneurship and social business are two concepts that are linked to create social values. The next question that needs to be answered is how they differ and what exactly is their role in the society.

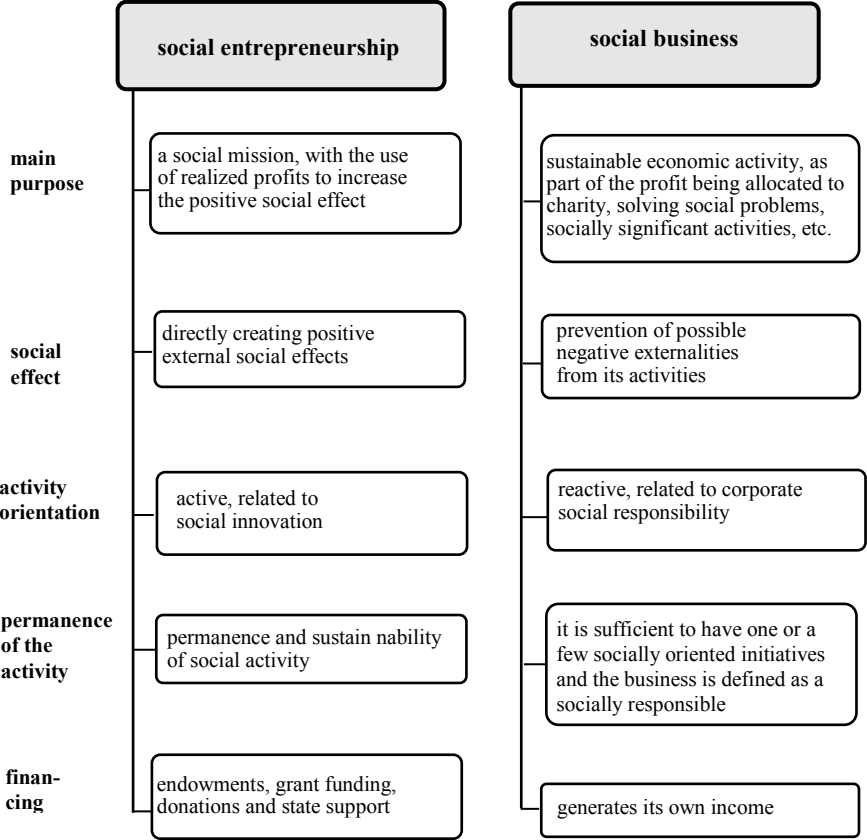
The distinctions between them can be seen in several aspects. They are illustrated in Figype 2. The main purpose of the social enterprises is the social effect. They do not distribute dividends to their owners. Their primary goal is to create social values and the profit is a subordinate priority (Mair and Marti, 2006).

Their social goal is manifested by the supply of goods or services whose production is financially unprofitable for the private sector as they are intended for the poor or low-income individuals. The attention of social enterprises is often directed to problems that are neglected. As they are closer to the population, working at a regional level, they have wider information and discretion to solve the problems that have arisen in their foundations. Since they do not have to pay dividends to individual investors, they can invest their funds in long-term social events. Considering all these characteristics, social enterprises can be described as active.

In turn, social business is reactive. Some profits are allocated to charity, social issues, socially significant activities, etc. His social mis-



sion is also associated with measures to reduce the negative impacts that may arise from his business activity and improve resource efficiency. The social business is committed to improving the working conditions of its employees, implementing environmentally-friendly measures, and funding significant measures - cultural, health, historical, social, etc. It helps to create sustainable products that are in favor of society.



**Fig. 2. Differences between social enterprises and socially responsible business**

*Source: the author.*

While social entrepreneurship directly works with groups of vulnerable people or creates products for them, social business aims to

achieve economic results by allocating a significant share of profits for social action.

The two forms also differ in their way of financing. The social business operates in the private sector and it is engaged in income-generating activities. Thus, it can be seen as an enterprise based on a social mission but financially self-sustaining (Yunus, 2007; Yunus and Weber, 2010).

The combination of business financing and pursuit of non-financial social goals is closely related to the corporate social responsibility. On the other hand, in social enterprises, the possibility of financing with market income and self-sustainability is missing. They rely on endowments, grant funding, donations, state and municipality's support, most often defined in relation to social innovations. (Austin, Stevenson and Wei-Skillern, 2006).

Corporate Social Responsibility refers to all voluntary activities undertaken by companies to address their (potentially) negative impact on the society and the environment (Crane et al., 2013). It is precisely the idea of protecting workers and society from harm that shows the more reactive nature of CSR. Instead of seeking solutions to existing out-of-company problems, companies tend to cope with the environmental and social problems that arise from their core business (McWilliams, Siegel and Wright, 2006). Here comes the obvious difference between them. While social business is aimed at preventing any negative externalities, social entrepreneurship directly creates positive externalities.

## **CONCLUSION**

Even with the current achieved development of the economy and the drive to continually increase of the living standards, today's Europe is facing serious social problems. To tackle them more quickly, innovative solutions are needed to bring together both economic and social interests. Therefore, encouraging social entrepreneurship and social business, especially under current economic conditions, can become a significant tool to help tackle economic problems.

This report is not intended to give a precise definition of what the two forms of business are in themselves. As we have already seen, there

are many definitions in the literature and the lack of consensus has its reasons. The literary review provided gives a clearer view on the common features and, at the same time, significant differences between social entrepreneurship and social business.

The European Economic and Social Committee states, “Social enterprise is a key element of the European social model. It is closely linked to the EU 2020 strategy and makes a significant contribution to society. It is crucial, therefore, to support and promote it so that we can make the most of its growth potential and capacity to create social value” (EESC, 2011). On the other hand, the benefits of the social business are also indisputable. Because of their scale, they are able to provide a significant resource for improving of the living conditions, for funding various social events, and raising the public welfare in general. Besides the social benefits (integration and reintegration of disadvantaged people into public life), social enterprises and the social business also bring additional financial and economic benefits - reducing the fiscal pressure and saving significant public funds.

## REFERENCES

1. AUSTIN, J., STEVENSON, H., WEI-SKILLERN, J. (2006) Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
2. BECKMANN, M., ZEYEN, A. AND KRZEMINSKA, A. (2002) Mission, Finance, and Innovation: The Similarities and Differences Between Social Entrepreneurship and Social Business, in: *Social Business. Theory, Practice, and Critical Perspectives*. Springer, p. 23-41. [online]. [2017-10-03]. Available at: [https://books.google.bg/books?id=4Le8BAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=Social+Business:+Defining+and+Situating+the+Concept&source=bl&ots=0rMzXCyo\\_C&sig=7\\_PdD3UF2UXriSMmO6cQIJBRmq0&hl=bg&sa=X&ved=0ahUKEwj4MnZ5vvWAhUIMhoKHUXdDx0Q6AEIPTAC#v=onepage&q=Social%20Business%3A%20Defining%20and%20Situating%20the%20Concept&f=false](https://books.google.bg/books?id=4Le8BAAQBAJ&pg=PA3&lpg=PA3&dq=Social+Business:+Defining+and+Situating+the+Concept&source=bl&ots=0rMzXCyo_C&sig=7_PdD3UF2UXriSMmO6cQIJBRmq0&hl=bg&sa=X&ved=0ahUKEwj4MnZ5vvWAhUIMhoKHUXdDx0Q6AEIPTAC#v=onepage&q=Social%20Business%3A%20Defining%20and%20Situating%20the%20Concept&f=false)
3. BENTHAM, J. (2000) An introduction to the principles of mor-

als and legislation, Batoche Books [online]. [2017-10-04]. Available at: <http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3113/bentham/morals.pdf>.

4. BORNSTEIN, D. (2004) *How to Change the World - Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. New York: Oxford University Press.

5. BRUGMANN, J., PRAHALAD, C.K. (2007) Co-creating business's: new social compact. *Harvard Business Review*, Boston, v.85, Issue 2, p.80-90.

6. DACIN, T. A., DACIN, P., and MATEAR, M. (2010) Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 36–56.

7. DE SWAAN, A. (1998) *In Care of the state: Health Care, Education and Welfare in Europe and the USA in the Modern Era*. New York: Polity Press/Oxford University Press.

8. DRAYTON, W., (2006). 'Everyone a change maker: social entrepreneurship's ultimate goal', *Innovations – Technology, Governance, Globalization*, Winter, 1–32.

9. EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE. (2011) *Social Entrepreneurship and Social Enterprise*. (2011). INT/589-CESE 1584/2011 fin, Brussels. [online]. [2017-07-08]. Available at: <http://www.eesc.europa.eu>.

10. FUKUYAMA, F. (2000) *Social Capital and Civil Society*. Washington: IMF working paper, 00/74.

11. LA BARRE, P. et al. (2001) *Who's Fast Leaders 2002*. *Fast Company*, 52(1), 83-128.

12. MAIR, J., (2006). Introduction to Part II: Exploring the intentions and opportunities behind social entrepreneurship. In Mair, J., Robinson, J. & Hockerts, K. (Eds.), *Social entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan, 89–95.

13. MAIR, J., & MARTÍ, I. (2006) Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business*, 41, 36–44.

14. MCWILLIAMS, A., SIEGEL D., WRIGHT P. (2006) Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, *Journal of Management Studies*, 43 (1), 1–18.

15. MURPHY, P., COOMBES, S. (2008) A model of social entrepreneurial discovery. *Journal of Business Ethics*, 87(3), 325–336.
16. PETROV, D. (2015) Determinants of Choosing Sources of Financing for Municipal Projects. *International Journal - VALLIS AU-REA*, Volume 1, Number 1, Croatia.
17. PIKETTY, T., SAEZ, E. (2014) Inequality in the long run. *Science* (New York, N.Y.), vol. 344, no. 6186, pp. 838–43.
18. SEDLÁČEK, T. (2011) *Economics of good and evil: The quest for economic meaning from Gilgamesh to Wall Street*, Oxford University Press, New York.
19. SEN, A. (1999) *Development as freedom*. Oxford: Oxford University Press.
20. TAN, W.-L., WILLIAMS, J., AND TAN, T.-M. (2005) Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1, 353–365.
21. TAYLOR-GOOPY, P. (2001) *Welfare State Under Pressure*. London: SAGE Publications.
22. TRACEY, P., PHILLIPS, N., & JARVIS, O. (2011) Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: A multilevel model. *Organization Science*, 22(1): 60-80.
23. VOGEL, D. (2005) *The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*. Washington, DC: Brookings Institute.
24. WEERAWARDENA, A. J., MORT, G. S. (2006) Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business*, 41, 21–35.
25. YUNUS, M. (2007) *Creating a world without poverty. How social business can transform our lives: Social business and the future of capitalism*. New York: Public Affairs.
26. YUNUS, M., WEBER, K. (2010) *Building social business. The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. New York: Public Affairs.
27. ZAHRA, S. A., GEDAJLOVIC, E., NEUBAUM, D. O., & SHULMAN, J. M. (2009) A typology of social entrepreneurs: Motives,

search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24: 519-532.

28. ZIEGLER, R. (ed.) (2009) *An Introduction to Social Entrepreneurship: Voices, Preconditions, Contexts*, Edward Elgar, Cheltenham. [online]. [2017-09-12]. Available at: [https://books.google.bg/books?hl=bg&lr=&id=FQcCAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=An+Introduction+to+Social+Entrepreneurship:+Voices,+Preconditions,+Context&ots=p2QidT30lp&sig=tPp7mA-sKBZRnLRAIO4ImkovjQE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=An%20Introduction%20to%20Social%20Entrepreneurship%3A%20Voices%2C%20Preconditions%2C%20Context&f=false](https://books.google.bg/books?hl=bg&lr=&id=FQcCAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=An+Introduction+to+Social+Entrepreneurship:+Voices,+Preconditions,+Context&ots=p2QidT30lp&sig=tPp7mA-sKBZRnLRAIO4ImkovjQE&redir_esc=y#v=onepage&q=An%20Introduction%20to%20Social%20Entrepreneurship%3A%20Voices%2C%20Preconditions%2C%20Context&f=false)

# СЕМЕЙНИТЕ ПОМОЩИ ЗА ДЕЦА – ПРЕВЕНЦИЯ СРЕЩУ БЕДНОСТТА

*Ивелина Димитрова*

## FAMILY ALLOWANCES FOR CHILDREN – PREVENTION OF POVERTY

*Ivelina Dimitrova*

### Abstract

Child poverty is one of the main social problems the modern world has to face. In order to solve and provide prevention against poverty, while at the same time break the intergenerational transmission of disadvantage, the member states of EU rely mostly on their social policies using the instruments of social protection – benefits and services. Key task is through these allowances to support the most disadvantaged and promote the well-being of all children which will lead to achieving the goals set by national and international documents.

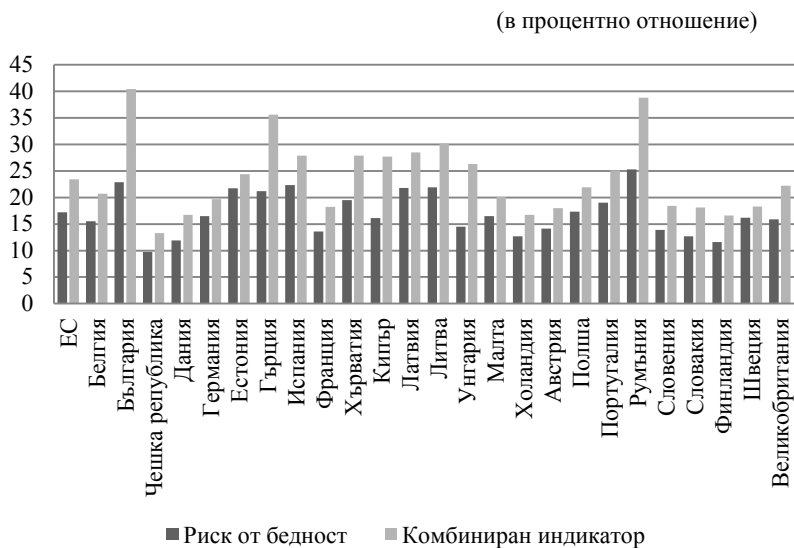
*Key words: child poverty; deprivation; social protection; child allowances.*

Живеейки в динамичен, бързо развиващ се свят, личността се сблъсква с редица проблеми по отношение на своето образование, професионално развитие, здравословно състояние и т.н. В основата на всички тези въпроси стои главната цел по осигуряването на по-добър, достоен и качествен начин на живот както за самата личност, така и за нейното семейство. Но един от основните проблеми, с които човек се сблъсква при своето развитие, е бедността и начините за предпазване от нея, като често възможностите на отделния индивид са недостатъчни.

За да бъде възможна и успешна борбата с вече съществуващата бедност и за да се осигури превенция срещу допълнително повишаване на настоящите нива, е от значение разбирането на бедността като проблем с много лица. Това позволява изследването ѝ чрез различни показатели.

За определяне дела на лицата, които са в риск от бедност, в ЕС

е прието прилагането на доходен праг от 60% от националния медианен еквивалентен разполагаем доход след извършване на социални трансфери, като всички лица под този праг се приемат за лица в риск от бедност. През 2016 година приблизително 86,5 милиона души или 17,2% от населението на ЕС е изправено пред този проблем (вж. фиг.1).



**Фиг.1. Дял от общия брой на населението в риск от бедност или социално изключване<sup>1,2</sup>**

Както посочват Гочев и Манов (2001, с.286), бедни са „тези, които на даден етап от развитието на държавата се намират на най-ниското стъпало на общественото благосъстояние и нямат сигурност за своето съществуване.“ На тази база изпъква идеята, че бедността няма само монетарен характер и следователно горните данни могат да се приемат като занижени. Поради това на ниво ЕС се прилагат едновременно три различни индикатора с цел обхващане различните страни на бедността, като за да бъде

<sup>1</sup> **Източник:** Евростат

<sup>2</sup> За 2016 година липсват данни за Ирландия, Италия и Люксембург.



възприемана личността за застрашена от риск от изпадане в бедност, тя следва да бъде изложена на поне един от тях: тежка материална депривация; нисък интензитет на икономическа активност; риск от бедност, разглеждайки дела на лицата, живеещи с доход под 60% от националния медианен еквивалентен разполагаем доход след извършване на социални трансфери.

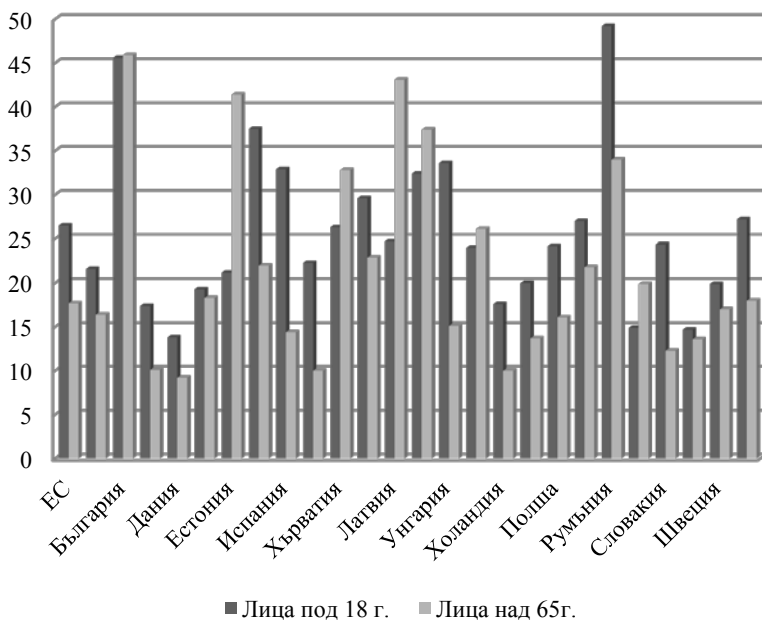
Тези индикатори могат да бъдат събрани в един, наричан комбиниран индикатор или още риск от бедност или социално изключване. Имайки предвид последния, бедността в ЕС за всички възрастови групи е в рамките вече на над 23% за 2016 година (вж. фиг. 1), или над 117 милиона души на територията на Съюза за предходната година са били изложени на риск от изпадане в бедност или социално изключване. Това означава, че с включването на тежката материална депривация и икономическия интензитет, бедността в Съюза обхваща с 30,5 милиона души повече в сравнение със ситуация, в която се отчита само финансов недостиг.

Независимо дали се прилага комбинираният индикатор или не, групата на лицата под 18 години изпъква като безспорно най-засегнатата на ниво ЕС. Така за 2016 година е отчетено, че 26,5% от децата в Съюза са изложени на риск от бедност или социално изключване, а най-слабо е проявлението на проблема сред лицата на възраст над 65 години – 17,7% (вж. фиг. 2). Детската бедност у нас се равнява на 45,6%, като единствената държава, показваща по-лоши резултати е Румъния с 49,2%.

Поради високия дял на уязвимите лица през 2010 година стартира стратегия Европа 2020, с която се поставят конкретни цели за понижаване разпространението на този социален проблем, като се цели до 2020 година да се подобри ситуацията за поне 20 милиона от населението на Съюза. С доклад от 2013 година Европейската комисия определя необходимостта държавите да посочат допълнително конкретни цели за различните възрастови групи. В Национална стратегия за намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване, България определя необходимостта от подобряване ситуацията на поне 260 хиляди души, като 78 хиляди от тях са деца под 18 години, т.е. те

представляват 30% от общата национална цел. В допълнение към Националната стратегия, Министерски съвет приема и Национална програма за закрила на детето, базирайки се на висшите интереси и права на децата.

(в процентно отношение)



**Фиг.2. Дял от общия брой на населението в риск от бедност или социално изключване по възраст<sup>3,4</sup>**

Ситуацията на нито едно дете не може да бъде подобрена, когато домакинството, в което то живее остава в бедност. Това налага необходимостта от адекватни инвестиции от страна на държавата за подкрепа на семействата и децата, съчетано с наличието на дългосрочна политика за понижаване на равнищата на бедност, като се цели предотвратяване от допълнително изпадане в бедност на семействата (Waddington, 2004). Потребността от

<sup>3</sup> За 2016 година липсват данни за Ирландия, Италия и Люксембург.

<sup>4</sup> **Източник:** Евростат

инвестиции в тези домакинства се засилва от една страна поради продължаващия у нас демографски срив, в следствие на който населението на България намалява с над 400 хиляди лица за периода 2010-2016 година, като с над 107 хиляди лица е намаляла групата на децата<sup>5</sup>. От друга страна социалните инвестиции са необходими, тъй като тези домакинства отглеждат и подготвят бъдещата работна сила на държавата.

Друга причина домакинствата с деца да бъдат под закрилата на държавата изпъква, разглеждайки различните видове семейства, които се намират в риск от бедност. Както в България, така и на ниво ЕС, домакинствата с деца се открояват като по-застрашени от риск от бедност, като най-тежка е ситуацията за тези, състоящи се от двама възрастни и три или повече деца и един възрастен и зависимите от него лица под 18 години.

Инвестирайки в подобряване ситуацията на тези домакинства и в бъдещето на децата, България основно се обляга на социалното подпомагане. То „може да се разглежда като вид пасивна политика на правителството за осигуряване на благосъстояние” (Благойчева, 2011, с.15). Социалното подпомагане се реализира чрез своите инструменти – социални помощи и социални услуги.

Социалните помощи за деца се предоставят както в парична форма, така и в натура, като чрез тях се цели допълване дохода на домакинството до определен праг. Помощите в натура у нас се предоставят най-често на тези семейства, при които е установено, че паричният им еквивалент се използва за други цели различни от подобряване благосъстоянието на децата.

Предоставянето на социални помощи в България се регламентира със закони, наредби и указания, сред които са Закон за социалното подпомагане, както и Правилника за приложението му, Закон за семейните помощи за деца, Закон за закрила на детето, Кодекс за социално осигуряване и т.н. Интерес на текста по-долу са помощите, предоставяни по реда на Закона за семейните помощи за деца.

---

<sup>5</sup> Данните за групата на децата могат да се приемат като завишени, тъй като включват всички лица под 20 години в страната.

Основно изискване за получаване на социални помощи по Закона за семейните помощи за деца е наличието на деца в домакинството, но тъй като плащанията се получават от възрастните членове в семейството, ефектът от тях трудно може да бъде разграничен от този на останалите социални помощи. Тяхното значение може да бъде приблизително определено, разглеждайки дела на лицата преди и след извършването на социални трансфери в страната (вж. фиг. 3). Така през 2016 година 31,9% от лицата под 18 години в България са застрашени от риск от бедност. Социалните трансфери към домакинствата, като не се включват пенсиите, подобряват ситуацията за почти 7% от децата в страната.



**Фиг.3. Равнище на бедност сред децата преди и след социални трансфери<sup>6</sup>**

Помощите по Закона за семейните помощи за деца се разделят най-общо на еднократни, месечни и целеви помощи, като размерът

<sup>6</sup> *Източник:* НСИ.

им се определя ежегодно със Закона за държавния бюджет на Република България. Чрез тези плащания още се реализират целите на Програмата „Подпомагане на семейства с деца” като част от политиката в областта на социалното включване, като така домакинствата биват финансово подкрепяни и стимулирани да отглеждат децата си в семейна среда.

Първостепенно значение в България имат месечните помощи по реда на Закона за семейни помощи за деца. Те биват: месечни помощи за отглеждане на дете до една година, месечни помощи за отглеждане на дете до завършване на средно образование, но не повече от 20-годишна възраст, а от 01.01.2017 година и месечни помощи за отглеждане на дете с трайно увреждане.

Най-голяма тежест у нас има месечната помощ за деца до завършване на средно образование. Тя представлява малко под 79,5% от всички месечни помощи за деца за 2016 година, включително добавките за деца с трайни увреждания, и малко под 72,3% от всички помощи предвидени по този закон. Логично може да се предположи, че именно те водят до най-значително намаляване на бедността сред децата.

При разглеждането на социалните помощи е от значение техният характер: дали са универсални или се отпускат след извършването на доходен или друг вид тест; дали имат характер на трансфер под условие и т.н. У нас месечната помощ за деца до завършване на средно образование се отпуска, ако средномесечният доход на член от семейството за предходните 12 месеца е по-нисък или равен на сума, определяна ежегодно в Закона за държавния бюджет на Република България. Т.е. трансферът няма универсален характер, което позволява насочването му към нуждаещите се в страната.

В допълнение към тяхната таргетираност, месечните помощи за отглеждане на дете в България имат още и характер на парични трансфери под условие. По правило този вид трансфери се възприема като по-справедлив начин за преразпределение на доходи в обществото на базата на своеобразен социален договор, чрез който обществото подкрепя заслужаващите бедни (Fszizbein, A.

et.al., 2009). Под заслужаващи бедни в този контекст се визират домакинства, в които всички деца посещават редовно учебно заведение, освен ако не са възпрепятствани поради здравословни причини, и имат всички задължителни ваксинации, а при неспазване на което и да е от условията отпускането на месечната помощ може да бъде преустановено за един или повече месеци. Следователно този вид месечните помощи у нас действат чрез отрицателни стимули, първоначално отпускане на помощта и последващо „наказание” при отчитане неспазване на предварително поставените условия.

Така чрез месечните помощи за дете до завършване на средно образование се цели обхващането и решаването на няколко проблема: бедност сред децата; здравеопазване; влияние върху демографското развитие; образование и опасност от преждевременно отпадане от учебната система. Това е амбициозна задача, имайки предвид ниския размер на този вид трансфер у нас, който за домакинство с едно дете е в рамките на 37 лева (18,91 евро), като с увеличаване на броя на зависимите лица под 18 години, се изменя и получаваната сума. Така при наличието на второ дете в семейството, домакинството получава за него 48 лева, за трето – 45 лева и т.н. Сумата на получения трансфер е в еднакъв размер за всички домакинства, които се класират при спазени условия и имат средномесечен доход за предходните 12 месеца по-нисък или равен на дохода, определен за целта в Закона за държавния бюджет на Република България, който за 2017 година е в рамките на 400 лева.

Следователно сериозна критика може да се отправи към страната за желанието ѝ чрез един и същ размер на социалната помощ да се адресират редица проблеми в различните доходни групи. За сравнение в Словения, една от държавите, отчитащи най-ниски нива на бедност сред децата в ЕС, този вид социални помощи бива в размерите от 30,44 до 114,31 евро за 2017 година, като сумата на трансфера е на база дохода на член от семейство като процент от средната работна заплата в страната. Така домакинство с едно зависимо дете на възраст под 18 години и средномесечен доход на лице от семейството под 18% от средната РЗ за Република

Словения, получава максималния трансфер. Друг вариант може да бъде открит в Унгария, където размерът на трансфера зависи не само от броя деца в домакинството, но и от неговата структура – домакинство от един или двама родители. На тази база минималният размер на социалната помощ започва от 39,2 евро за домакинство, състоящо се от двама възрастни и едно зависимо дете. Разпределянето на трансферите по този начин позволява по-доброто им насочване към най-нуждаещите се и изпълняване на една от основните им функции – допълване доходите на домакинството до доходен праг, разглеждан като обществено приемлив.

Въпреки положителните страни на диференциране размера на социалните помощи по този начин, в България това би могло да доведе до известни вътрешни конфликти, като се има предвид, че част от ромското население получава социални помощи за отглеждане на деца до завършване на средно образование, но не по-късно от 20-годишна възраст и едновременно с това възрастните членове в домакинството имат нисък интензитет на икономическа активност (вж.: табл. 1). Така въвеждането на допълнителни доходни разграничения, най-вероятно ще доведе до съсредоточаване на високите плащания в тази малцинствена група. Мярката би била успешна, ако към вече съществуващите изисквания за опускане на помощта, биват добавени и такива, имащи отношение към икономическата активност на възрастните в домакинството. Подобна практика може да бъде открита в някои американски програми<sup>7</sup>, които предвиждат определен минимум отработени часове, като се определя период, през който родителите следва да започнат работа, а ако не се съобразят с това условие, плащането бива преустановено. У нас концепцията също намира почва. В Национална стратегия за детето 2008-2018 се посочва необходимостта от социална подкрепа за семействата като следва обаче да

---

<sup>7</sup> Такава програма е „Временно подпомагане на нуждаещи се семейства” (Temporary assistance for needy families, TANF), която замества предходната „Подпомагане на семейства със зависими деца” (Aid for families with dependent children, AFDC). Първата цели избягване на прекомерното възползване от програмата и ограничаване на дестимулиращите настроения за участие на пазара на труда.

се отчита общественото значение на родителския труд.

Таблица 1

**Домакинства с нисък интензитет на икономическа активност  
и етническа принадлежност**

	2015	2016
Българска етническа група	4,5%	7,1%
Турска етническа група	13,6%	13,5%
Ромска етническа група	38,8%	40,6%
Друг етнос	8,7%	19,3%

*Източник:* Индикатори за бедност и социално включване 2015-2016 г.

В допълнение почти 19% от децата в България живеят с доходи под 40% от медианния еквивалентен разполагаем доход, т.е. минималният размер на социалните помощи за деца до завършване на гимназия, има по-скоро символичен характер без особено да приближават тези лица до относителната линия на бедност, която у нас се определя чрез използването на 60% от медианния еквивалентен разполагаем доход. Като се има предвид, че помощите имат предимно паричен характер, неадекватният им размер, затруднява изпълнението, на която и да е от поставените цели.

Друг вид месечни помощи са тези за отглеждане на дете до навършване на една година. Техният размер, определен със Закона за държавния бюджет на Република България за 2017 година, е в рамките на 100 лева. Тук, както и при предходния вид помощ, изпъква същият проблем – неадекватно определен размер на трансфера, отнесено към задачите, чието постигане се цели, а именно подкрепя доходите на домакинството и подпомагане отглеждане на децата.

Считано от 01.01.2017 година месечните надбавки за отглеждане на дете с трайни увреждания биват трансформирани в месечни помощи до 18-годишна възраст. Последните, както и помощите за отглеждане на дете до завършване на средно образование, но не по-късно от 20-годишна възраст, предоставяни на родители, отглеждащи дете с трайни увреждания, имат



универсален характер. Т.е. за разлика от останалите плащания, получаването на този вид трансфер не е предхождано от извършването на доходен тест, като се цели облекчаване разходите на семейството, свързани с необходимостта от полагането на по-специфични грижи. С отделянето им като самостоятелен вид помощ, се наблюдава двойно увеличение в предвидения бюджет, което обаче е съпроводено с намаление за всички останали плащания, като най-осезаемо е намалението на месечните помощи за отглеждане на деца до завършване на средно образование, което надхвърля 70 милиона.

Следващата голяма група помощи са еднократните плащания, отпускани по Закона за семейните помощи за деца. Тук се включват: еднократна помощ при бременност; при раждане на дете; при осиновяване на дете; за отглеждане на близнаци; за отглеждане на дете от майка (осиновителка) студентка, учаща в редовна форма на обучение; за ученици записани в първи клас. Въпреки включването на последната помощ към групата на еднократните трансфери, следва да се отбележи, че тя има по-скоро целеви характер.

Целта на тези плащания е подкрепа на домакинството и неговия доход в резултат на увеличилите се разходи свързани с раждането и отглеждането на дете, като в центъра на внимание стои новороденото дете. Помощите, които държавата отпуска при бременност могат да се разглеждат още като „последна защитна мрежа” (Нончева, 2000, с.105), тъй като получаването им зависи както от наличието на доход под определен праг, който се определя ежегодно със закон, така и от липсата на право на обезщетение за общо заболяване и майчинство по реда на Кодекса за социално осигуряване.<sup>8</sup>

С най-голям бюджет сред еднократните помощи у нас са тези за раждане на дете, като това може да се обясни с факта, че те се предоставят на домакинството без значение неговия доход, като основно изискване е детето да не бъде настанено за отглеждане

---

<sup>8</sup> Липсата на такова право може да се дължи и на недостатъчен осигурителен стаж по чл.48а от Кодекса за социално осигуряване, когато бременната жена е осигурена за общо заболяване и майчинство.

извън семейството. Чрез паричния трансфер се цели атакуването на две проблемни области, от една страна стимулиране на раждаемостта и така облекчаване на демографската криза у нас, като паричният стимул е най-висок за раждане на второ дете, а от друга старна - намаляване на разходите, възникнали за семейството при неговото разрастване. Постигането на първата цел чрез трансфера е спорно, имайки предвид намалението в броя на децата под една година за 2016 година, отнесени към същите за 2010 година (вж.: табл. 2). Интересно е още, че едва седемнадесет от държавите членки на ЕС отпускат този вид трансфери.

*Таблица 2*

**Брой деца на възраст до една година в България към 31.12.2016**

2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.
71096	66214	65930	64755	67216	65537	64665

*Източник:* НСИ.

Интерес представлява и еднократната помощ, която се предоставя на ученици, които са записани в първи клас в държавно или общинско училище. Тя също се отпуска след извършването на доходен тест<sup>9</sup>, като доходът на член от семейството не следва да превишава определен доходен праг посочен в Закона за държавния бюджет. Чрез този вид трансфер се адресират едновременно проблемите на образованието и бедността, като целта е ограничаване влиянието на т.нар. скрити разходи на държавното безплатно образование. Допълнително те биват намалени от съвместнодействащи политики, чрез които се поемат учебници и учебните комплекти за деца до седми клас. Тази социална помощ има целеви характер, като само за период от четири години бюджетът по програмата се увеличава почти двойно. В определени

<sup>9</sup> В Закона за семейни помощи за деца се регламентира, че доходен тест не се налага в случаите на деца с трайни увреждания, с един жив родител или настанени в семейства на роднини и близки и приемни семейства по реда на чл.26 от Закона за закрила на детето.

случаи социалната помощ може да бъде предоставена в натура, когато се установи, че паричният еквивалент не би бил разходван за благо на детето и за него не се полагат необходимите грижи.

В заключение социалните помощи, насочени към децата и семействата, от които те произлизат, остават основен инструмент за борба с бедността, като тяхното значение нараства с намаляване разполагаемия доход в домакинството. За да постигнат поставените цели по превенция и намаляване разпространението на бедността, от първостепенно значение е адекватният размер на трансферите, които се прилагат и тяхното правилно насочване.

Невъзможно е препоръчването на един модел на политика, който да се приложи във всяка държава, имайки предвид различията в действащите политики и социални програми. Но разглеждайки част от отпусканите помощи в България, се забелязва повтарящ се модел – желание за решаване едновременно на много проблеми чрез оскъдни средства. Законовата база е добре устроена, налагайки необходимите ограничения за разпределяне на средствата приоритетно към най-нуждаещите се, но следва да се въведат такива условия, които да подсилят активното участие на възрастните членове на домакинството в икономическия живот на държавата, тъй като е нереалистично да се очаква значително подобрене в стандарта на живот на което и да е дете, ако домакинството се осляна единствено на социални трансфери.

### **Използвана литература**

1. БЛАГОЙЧЕВА, Хр. (2011) Монетарната бедност в България (измерения и социална защита). Фабер.

2. ГОЧЕВ, Г., Б. МАНОВ (2001) Социално осигуряване. Теория и практика. София: Тракия-М.

3. НОНЧЕВА, Т.(2000) Икономика на социалното осигуряване и подпомагане. София: Гали.

4. Закон за държавния бюджет на Република България за 2017 г. // ДВ, № 98, 2016, посл. изм. ДВ, № 58, 2017

5. Закон за семейни помощи за деца. // ДВ, №32, 2002, посл. изм. ДВ, № 98, 2016

6. Национална стратегия за детето 2008-2018. // ДВ, № 14, 2008
7. Правилник за прилагане на Закона за семейни помощи за деца.// ДВ № 67, 2002, посл. изм. ДВ, № 79, 2017
8. FISZBEIN, A. et.al. (2009) Conditional Cash Transfers: Reducing Present and Future Poverty. The World Bank, Washington, D.C.
9. WADDINGTON, H. (2004) Linking Economic Policy to Childhood Poverty -A Review of the Evidence on Growth, Trade Reform and Macroeconomic Policy,CHIP Report n. 7.
10. EUROSTAT. At risk of poverty rate. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tespm010> [Accessed: 21/10/2017]
11. EUROSTAT. People at risk of poverty or social exclusion. Available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tsdsc100> [Accessed: 21/10/2017]

# ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД ДЕИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯТА НА СОЦИАЛНИ УСЛУГИ ЗА ДЕЦА В БЪЛГАРИЯ

*Цветелина Берберова-Вълчева*

## CHALLENGES TO DEINSTITUTIONALIZATION OF SOCIAL SERVICES FOR CHILDREN IN BULGARIA

*Tsvetelina Berberova-Valcheva*

### **Abstract**

The deinstitutionalization is a process. The aim is for children to be removed from the institutions. Family care is essential for children. The aim is to provide for new opportunities to prevent abandonment. Adoption and foster care should be encouraged. Coordination between many different actors in the deinstitutionalization process is needed.

*Key words: deinstitutionalization, social care, children, prevention.*

Съвременните условия на развитие на страната ни поставят нови изисквания към социалното подпомагане и грижата за деца за създаване на надеждна система от социални услуги и помощи в насока подобряване благосъстоянието им. В социалната политика се поражда все повече неизвестни свързани с децата и процеса на деинституционализацията на социалните услуги. Едни институции захранват други институции, което довежда до извеждане на децата и най-вече тези от 0 до 3 години на преден план.

В световен мащаб деинституционализацията стартира между 40-те и 80-те години на ХХ век. Едни от първите страни стартирали процеса на деинституционализация са САЩ, Канада, Нова Зеландия, както и много страни от Западна Европа. Едни от най-добрите примери в Европа са страни като Франция и Италия. Унгария е страната затворила всички институции за деца.

В Източна Европа домовете за деца съществуват, за да се грижат за деца без родители, но по данни на Световната здравна

организация, Уницеф и Лумос, над 90% от децата в институциите не са сираци. В действителност причините за настаняването на децата в тези институции са свързани с бедността на родителите, някаква дискриминация или въз основа на етнос и/или увреждане<sup>1</sup>. Процесът на деинституционализация е цел на ЕС от 90-те години на миналия век. Освен предоставяне на целенасочена финансова помощ за закриване на институции, задача на ЕС е да подкрепя услуги в общността, да се работи за повишаване на капацитета на заетите в сферата на социалните услуги, за промяна на обществените нагласи по отношение на институционализираната грижа.

Социалната политика, социалните услуги и институции в България са една динамична и развиваща се система, която постоянно се трансформира. Посоката на провежданата социалната политика е насочена към провеждане ефективна деинституционализация. Благодарение на политическата, координационна и съфинансираща помощ на ЕС, България тръгва по пътя на деинституционализацията. ЕС има определяща роля за подпомагането на българските политици, специалисти и неправителствените организации да работят заедно за развитието на националните стратегии областта на социалното подпомагане и грижата за деца. Намаляването на детската бедност и създаване на условия за социално включване на децата е една от оперативните цели на "Национална стратегия за детето 2008 - 2018", а "Визия за деинституционализацията на децата в България" и плана за действие, предлагат пътят, който трябва да извърви за да закрие всички свои институции до 2025 г. и да ги замени със семейството или други базирани алтернативи.

Институциите за деца са част от провежданата социална политика в периода от 1950 г. до 1990 г. При централизацията се поддържа хипотезата, че държавата може по-добре да се грижи,

---

<sup>1</sup> “ De-institutionalisation and quality alternative care for children in Europe - Lessons learned and the way forward”, October 2012 и “At Home or in a Home? Formal Care and Adoption of Children in Eastern Europe and Central Asia, UNICEF, 2011)

отглежда и възпитава децата, отколкото техните семейства. Институционализацията на грижата за деца в България, продължава да бъде неразрешен проблем и икономическите, политическите и социални промени, съпътстващи прехода на страната ни, както и финансовата и икономическа криза водят до задълбочаване на съществуващите проблеми.

Настаняването на деца в институции нарушава техните права, гарантирани от международни конвенции, по които Република България е страна - Конвенция на ООН за правата на детето, Конвенция на ООН за правата на хора с увреждания, ето защо тя насочва към деинституционализация и след 1990 година, се характеризира с постепенно преминаване към предлагане на социални услуги на семействата на децата с оглед превенция на оставянето им в домове за деца, както и на социални услуги за подкрепа на живота на децата в риск извън институцията. Под „деинституционализация” не трябва да се разбира само закриването на институции. Това е термин, чрез който се изразява процесът на разработване на комплекс от услуги в общността, включително превенция, за да се предотврати нуждата от институционална грижа.

УНИЦЕФ определя деинституционализацията като „целия процес на планиране, трансформиране, съкращаване и/или закриване на резидентните институции, като в същото време се създава разнообразие от други услуги за отглеждане на децата, регулирани от стандарти, основани на правата и ориентирани към резултатите”<sup>2</sup>.

В приетата Национална стратегия "Визия за деинституционализацията на децата в Република България" под "деинституционализация" се разбира "процес на замяна на институционалната грижа за деца с грижа в семейна или близка до семейната среда в общността, като не се ограничава само до извеждане на децата от институциите. Това е процес на предотвратяване на настаняванията на деца в институциите, създаване на нови възможности за децата и семействата да получат подкрепа в общността и протича на много

---

<sup>2</sup> UNICEF (2010) At Home or in a Home?: Formal Care and Adoption of Children in Eastern Europe and Central Asia, стр. 52.

нива"<sup>3</sup>. Подобна формулировка и заложените подходи, принципи и методи на работа в стратегията изискват въвеждане на съвременни, интердисциплинарни методи на работа със семействата и децата, наличие на финансов ресурс, многообразие от социални услуги и свободен достъп на децата и семействата до тях и др.

Деинституционализацията на деца е държавна политика и сложен процес, при който се стреми да се реформира системата на предлаганите социални услуги и да се предложат адекватни за децата, семействата и цялата общност услуги. Деинституционализацията е планирано затваряне на институции за настаняване на децата, където те са държани отделени от обществото, с неадекватни стандарти на грижа и подкрепа, и често погазване на техните човешките права.

Деинституционализацията може да се разгледа различни аспекти:

❖ От *психологическа* гледна точка деинституционализацията не е само за децата, живеещи в институциите. Деинституционализацията е в подкрепа на самотни майки, на непълнолетни майки, на майки с деца с увреждания. Повечето деца не са сираци, а поради бедност или други причини те изоставят децата си. Процеса на деинституционализацията включва дейности по превенция от изоставяне. Идеята е разработване на качествени алтернативни услуги за запазване на детето в неговото семейство. Деинституционализацията променя ценностите в обществото.

❖ От *кадрова* гледна точка, при този процес се обучават и специализират хората работещи в тези институции, за да се пренасочат към новите институции от резидентен тип или към услуги в обществото. Хората от институциите не остават без работа, а им се дава възможност за преквалификация и обучение, за да се предлагат по-добри услуги и да се повиши привлекателността на работата в сектора. Хората ангажирани с деца трябва да уважават на човешкото достойнство и да съдействат за социално включване на

---

<sup>3</sup> Национална стратегия „Визия за деинституционализацията на децата в Република България”, приета с Протокол № 8.2 на Министерския съвет от 24.02.2010 г.



потребителите на услугите.

❖ Погледнато от страна на *инфраструктура* в миналото в преобладаващата част институциите са създавани в малки и отдалечени населени места. Разбирането за деинституционализацията в България е, че това е „процес на замяна на институционалната грижа с грижа в семейна или близка до семейната среда в общността”.<sup>4</sup> Следователно е необходимо да се създаде модерна база близка до семейния тип грижа.

❖ *Нормативният* облик на деинституализацията налага адекватна нормативна уредба, благоприятстваща развитието на социални услуги в общността като алтернатива на институционалната грижа. Документи, които определят най-важните политически решения за развитие на определени социални групи в обществото и грижата към тях са Стратегията за осигуряване на равни възможности на хората с увреждания 2008 - 2015 г. и План за действие за осигуряване на равни възможности на хората с увреждания 2008 – 2009, Политика за психично здраве на Република България 2004-2012 г., Стратегията за децентрализация и програма за изпълнението на стратегията 2006 – 2009 г., Национална стратегия за равни възможности за всички, Национална стратегия „Визия за деинституционализацията на децата в Република България”(до 2025г.) и План за действие по изпълнението ѝ. Тези документи в различна степен определят философията за развитие на социалните услуги и постигнатото съгласие за необратимост на процесите на деинституционализация.

❖ От *финансова* гледна точка естествено да се отглеждат децата в техните семейства е най-евтино. Деинституционализацията се извършва с подкрепата на Европейският съюз и повечето проекти в подкрепа на този процес се финансират от еврофондовете. Разбира се съществува и така нареченото „двойно заплащане“, защото съществуването на двете системи и поддържането им означава и двойно заплащане на дългосрочните разходи.

---

<sup>4</sup> Националната стратегия „Визия за деинституционализация на децата в Република България”, приета с Протокол № 8.2 на Министерския съвет от 24.02.2010 г.

Инвестирането в деинституционализацията предполага много бързо закриване на институциите – в противен случай процесът се осъпява многократно. Разходите по закриването на институциите и разкриването на повече услуги в общността както и преходното поддържане на двете системи би трябвало да се заложи в бюджетите на стратегиите за деинституционализацията и да се калкулира точно колко ще струва това. В основните стратегически документи за деинституционализацията на услугите се планира развитие на принципа „парите следват човека”. Неправителствени организации предлагат клиентите да получават индивидуални бюджети, при които сами да определят пакета от услуги, които имат желания да получават. Това разбира се изисква много сериозни промени в управлението на услугите.

❖ От *управленска* гледна точка трябва да се осигури координация между различните институции, агенции, отдели, които участват в процеса на деинституционализацията. Да се създадат механизми за участие на гражданското общество, доставчиците на социални услуги и самите потребители в дейностите по стратегията.

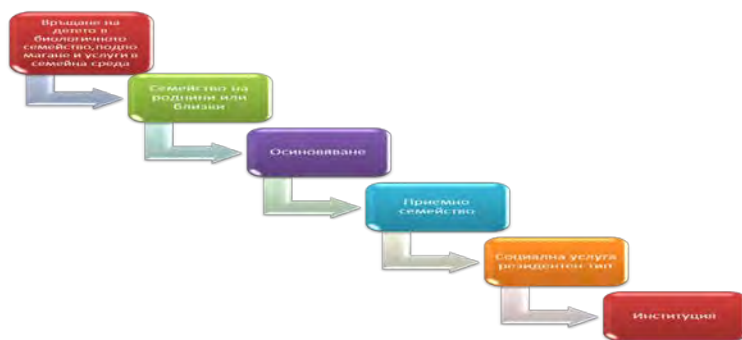
Именно от различията в контекста за деинституционализацията, може да се направи извода, че това е сложен и специфичен процес за цялата страна, който изисква промени в културата на населението и законодателството в различни сфери, не само свързани със социалната политика, а и здравна, демографска и най-вече регионална. Според Закона за социалното подпомагане и правилника за неговото приложение социални услуги в специализираните институции се предоставят само след изчерпване на възможностите за извършване на услуги в общността. Създаването и развитието на социални услуги в общността, като сърцевина на деинституционализирането на услугите се базира на приети Областни и Общински стратегии за социалните услуги.

В дългосрочен план процеса на деинституционализацията цели да ангажира политическите сили в страната с проблемите на децата и да убеди обществото за нуждата от промяна, осигури устойчиво управление на реформата чрез въвеждане на междусекторно сътрудничество на всички нива, а също така да се привлекат

специалисти от различни области в процеса на провеждане на реформата.

В краткосрочен план е необходимо да се оценят съществуващите социални услуги за деца на територията на страната и възможно най-кратки срокове да се развият на медико-социалните услуги в общността, да се изгради организационната и инфраструктурна база, процедурите и наредбите за предоставяне на модерни социална грижи, разработи и приеме съвременна нормативната уредба за правата на децата. Провеждането на различни информационни кампании би благоприятствало развитието на деинституционализацията.

Деинституционализацията е новата реформа в областта на закрилата на детето, която цели намаляване на броя на децата, отглеждани в специализирани институции, чрез връщането им в семейна среда или в развита мрежа от услуги в общността, които предоставят близка до семейната грижа. Целта на България е до 10-15 години да бъдат закрити съществуващите 127 специализирани институции за деца. Това би било възможно с насърчаване на осиновяванията и приемната грижа, с реформи в системата на социално подпомагане за реализиране на програми за социална подкрепа и закрила в родното и разширено семейство, а също и работа със семейства по превенцията за изоставяне.



**Фиг. 1. Посоката на действия при деинституционализация в България**

**Източник:** Национална стратегия "Визия за деинституционализация на децата в Република България".

Действащата система за закрила на детето е едно неизменно цяло между държавните институции и партньорите от гражданския сектор. Това налага промяна на мисленето, политиките и живота. Промяната в системата на социалната закрила и подкрепа на децата и семействата в риск променя и модела на работа.

Съществуват много причини, които допринасят за раздялата на децата от семействата им. Основната причина е липсата на материални ресурси и ежедневни удобства (бедност, нисък или липсващ доход, безработни родители), както и лоши условия на живот. Това е и причината на около 71% от децата да попаднат в домове. Насилието е друг аргумент за настаняване на дете в дом, поради което 28% от децата попадат там. Ключов фактор са ограничените социални и психологически възможности на родителите, което води до поредица от дефицити: липса на семеен модел и родителски умения, социална изолация, липса на социални умения, възпроизвеждане на негативния опит или семеен модел от детството, раздяла на родителите, самотни родители, пристрастеност на родителите (към алкохол, наркотици и т.н.), малолетни родители. Друга причина е наличието на здравословни проблеми, например увреждания при децата, психически заболявания, родители с тежки здравословни проблеми формират мотива за настаняване на една четвърт от децата. Има поредица от фактори от административен и системен характер. Причините обикновено са комплексни и важна е работата за предотвратяване от изоставяне на децата.

Настаняването в социални услуги резидентен тип е последния възможен етап в процеса на деинституционализиране на едно дете от институция. Едно дете се насочва към услуга от резидентен тип само, ако е невъзможно настаняване в семейство.

Идеята е да се изгради широка мрежа от качествени услуги, които са насочени към семействата. Такива услуги са семейно-консултативни центрове, центрове за родители, центрове за ранна интеграция и други.

Към 31.12.2016 г. на територията на страната функционират 605 социални услуги за деца, с общ капацитет 13 462 места, както следва:

Таблица 1

## Видове социални услуги предоставяни в общността към 2016 г.

№	Социални услуги за деца	Брой	Общ капацитет
1	Центрове за обществена подкрепа	121	4 887
2	Центрове за работа с деца на улицата	15	301
3	Кризисни центрове за деца	17	176
4	Звена „Майка и бебе“	13	79
5	Приюти	2	30
6	Центрове за настаняване от семеен тип за деца/младежи без увреждания	146	1 780
7	Центрове за настаняване от семеен тип за деца/младежи с увреждания	130	1 753
8	Центрове за настаняване от семеен тип за деца/младежи с потребност от постоянни медицински грижи	8	64
9	Дневни центъра за деца и/или младежи с увреждания	73	1 981
10	Дневни центрове за деца и младежи с увреждания със седмична грижа	5	113
11	Дневни центрове за деца и пълнолетни лица с увреждания	13	531
12	Преходни жилища за деца	17	146
13	Центрове за социална рехабилитация и интеграция за деца	46	1 621

По данни на АСП

Социалните услуги в общността за деца, делегирани от държавата, са разнообразни и до момента с най-голям брой са Центъра за настаняване от семеен тип за деца/младежи без увреждания 146, като капацитета на тези центрове в момента е 1 780 места. Центъра за настаняване от семеен тип за деца/младежи с увреждания са следващата най-многобройна услуга. Центъра за обществена подкрепа са с най-голям капацитет 4887 места.

Основните услуги към които трябва да бъдат насочени децата от специализираните институции са центровете за настаняване от

семеен тип, кризисните центрове, звеното „Майка и бебе“, които са от резистентен тип и също услугите предлагани в общността като дневните центрове, центъра за обществена подкрепа, центрове за работа с деца от улицата и естествено услугата приемна грижа. Центровете за настаняване от семеен тип е форма на социална услуга за задоволяване на ежедневните потребности на не повече от 15 деца. В тях се предоставя възможност да се живее в среда близка до семейната, като децата настанени в тях могат да ползват услугите на социален работник, психолог, ако е необходимо логопед, физиотерапевт или друг специалист.

По данни на Агенцията за социално подпомагане (АСП) за последните 7 години са разкрити 429 нови услуги, като броя на местата надхвърля 7500. Провежданата държавна политика е налагането на социалните услуги в общността, като алтернатива на институционализацията. Всички нормативи, свързани с предоставянето на социални услуги за деца целят осигуряване на безопасна и сигурна среда за отглеждане и възпитаване на децата и защита на техните права и интереси, а също и повишаване на общото им благосъстояние и по-добро качество и достъпност на социалните услуги на нуждаещите се деца.

Резултат на кампанията по деинституционализация и провежданата политика по превенция на изоставяне се наблюдава тенденциозен спад в броя на децата настанени в Домове за медико-социални грижи (ДМСГД). От 2006 г. децата започват да намаляват, като за последната година броя на настанените спада от 2319 деца на 2087 деца. През 2009 г. 2334 деца са оставени в домове за медико-социални грижи, а към 2016 г. 659 деца по данни на Националният статистически институт, което е много удовлетворително да се наблюдава намаляването на броя на тези деца с близо 70 %.

Въпреки поетата насока към деинституционализация, продължават капиталовите ремонтни дейности на сградите на институциите, за които е декларирано, че ще бъдат закривани. Индивидуалните планове за действие и грижа са с формален характер, като тяхното реализиране не е обвързано с планирането и

развитието на нови алтернативни грижи и услуги. Липсата на ясна дефиниция за минимален пакет гарантирани услуги за подкрепа на семейството, както и възприетият индивидуален подход за планиране, основан преди всичко на проекти, финансирани от структурните фондове, поддържат неравномерното разпределение на услугите.

Според изследванията в тази област втората причина водеща до изоставяне на детето е увреждане. Недостатъчните пренатални изследвания довеждат до увеличаване на тези случаи. През 2011 г. Министерство на здравеопазването стартира идеята за изработването на процедури във всички неонатологични отделения за съобщаване на диагнозата за увреждането и възможностите за консултиране, а от 2012 г. прехвърли тази отговорност на АСП и МТСП ангажирани в дейностите по създаване на социални услуги по превенция на изоставянето на децата. Стратегиите са фокусирани само върху децата в риск и липсва разбиране за необходимостта от интегриран подход, а именно подкрепа по отношение на социални, здравни, образователни, жилищни, транспортни и други проблеми едновременно. Изпълняват се няколко проекта за деинституционализация на деца от различни видове домове, в които е заложено планиране на пакет от услуги за подкрепа на семействата, но тези инициативи не са синхронизирани – както помежду си, така и с общинските и областните стратегии. Подобряване познанията на населението по въпросите на бременността, раждането, грижите за децата, хранене и здравословно поведение са в приоритетите на българската държава, а създаване на условия в лечебните заведения за болнична помощ с родилни отделения за утвърждаване на нов подход и култура по отношение на грижата за майките и децата е сред мерките заложили от Министерство на здравеопазването в Национална здравна стратегия 2014-2020 и План за действие към нея.

Когато се закрива някой от домовете и децата се пренасочват, не винаги това е съобразено с възможностите на дома да осигури на детето нормални условия за живот и необходимата медицинска грижа.

Повторно включване в биологичното или т.н. разширено семейство с роднини при оценяването на положението на детето е първият вариант за реинтеграция. Това не означава, че трябва автоматично да се потърси реинтеграция, а по-скоро, че участващите професионалисти трябва да обмислят всички обстоятелства и мнения, за да направят правилно решение по отношение на реинтеграцията.

Капацитетът на системата за закрила на детето остава основно предизвикателство за реформата, със сравнително малък брой социални работници, липса на стандарти за социална работа по отношение на натовареността и броя на случаите по социални работници (на някои места социалните работници трябва да се справят с повече от 70-100 случая на човек) и липса на обучение, подкрепа и достойни условия на плащане. Не се подкрепя финансовата устойчивост на алтернативната система; Икономистите, реализирани от намалените възможности или закриването на специализирани институции, се губят в общия бюджет, вместо да се инвестират в политиките за децата и новите услуги. Няма механизъм за обособяване на средствата, което застрашава устойчивостта на новите услуги и инвестициите на ЕС.

Деинституционализацията на децата в България е на критичен етап, тъй като финансираните от ЕС проекти приключват до 2020г. и не е ясно как ще се запази инвестицията. Съществуват и сериозни забавяния в регулирането на интегрираните услуги и договарянето на финансов стандарт (държавна субсидия) за приемната служба. Трябва да се ускори разработването на стандарти за качество и разпределението на средствата чрез държавни субсидии, основани на формулировки.

Извеждането на децата специализирани държавни институции и настаняването им в приемни семейства, защитени жилища, ЦНС и т.н. е необходимо, но не и достатъчно условие за успешна деинституционализация, която да доведе до индивидуализация и реално социално включване. За успешната интеграция на България в Европейския съюз, за една по-стабилна икономическа и социална Европа, е необходимо създаване на надеждна система от социални



услуги и помощи в насока подобряване благосъстоянието на децата.

### Използвана литература

1. Браун, К., „ВРЕДИТЕ ОТ ОТГЛЕЖДАНЕ В ИНСТИТУЦИЯ ПРЕЗ РАННОТО ДЕТСТВО“, 2009 г.
2. Димова, Д., Социална политика, София, 2000 г.
3. Стойков, Ц., Социално подпомагане, София, 1999 г.
4. Христов, Хр. – „Приоритети на социалната сигурност на населението“; ИК “Спектър”; 2005 г.
5. Adamson, P ., The Child Care Transition: A league table of early childhood education and care in economically advanced countries, London, 2008
6. UNICEF, At Home or in a Home?: Formal Care and Adoption of Children in Eastern Europe and Central Asia, 2010
7. “De-institutionalisation and quality alternative care for children in Europe - Lessons learned and the way forward”, October 2012 и “At Home or in a Home? Formal Care and Adoption of Children in Eastern Europe and Central Asia, UNICEF, 2011)
8. Закон за социално подпомагане, изм. ДВ. бр. 85 от 24.10.2017 г.
9. КОНВЕНЦИЯ за правата на детето, Приета от ОС на ООН на 20.11.1989 г. Ратифицирана с решение на ВНС от 11.04.1991 г. - ДВ, бр. 32 от 23.04.1991 г. В сила от 3.07.1991 г
10. Националната стратегия „Визия за деинституционализация на децата в Република България“ - Протокол № 8.2 на Министерския съвет от 24.02.2010 г.
11. Мониторингови доклади за План за действие за Националната стратегия „Визия за деинституционализация на децата в Република България”
12. Доклади на Български хелзинкски комитет

# ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА ЧРЕЗ ВНЕДРЯВАНЕ НА СИСТЕМИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ

*Петя Славова*

## ENHANCING COMPETITIVENESS BY IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT SYSTEMS

*Petia Slavova*

### **Abstract**

In the development and implementation of company strategies, the competitive advantages of the organization and the knowledge of the senior management about the influential intra-company and external factors of the economic environment are of particular importance. One of the advantages of enhancing the competitiveness of the organization can be the introduction of management systems.

*Key words: process approach, information systems, management systems, efficiency factors, competitiveness, system deployment.*

### **Увод**

Системите за управление са всички информационни системи в рамките на едно предприятие, в които се натрупват данни за бизнеса и служат като основа за анализ, планиране, изпълнение и контрол на бизнес процесите. Примери на системи за управление са Системите за управление на бизнеса (СУБ) или още ВІ (Business Intelligence) системи. Информационните системи за управление на организациите се явяват най-високия клас, тъй като по дефиниция те обхващат анализа, планирането, изпълнението и контрола на всички звена в организацията.

Информационното и софтуерно осигуряване на фирмите минава през няколко етапа. В началото се инсталират отделни системи за различните звена, след това се прави опит за интеграция или се закупува нова, интегрирана система и на края се преминава към цялостна система, която включва не само ежедневно

управление, но и планиране и контрол на цялостната дейност като едно общо цяло.

## Изложение

### **1. Информационно осигуряване на потребностите на организацията.**

Към този клас програми спадат около 60-70% от информационните системи, които се използват в България, като делът им постепенно спада. Този клас се разделя на няколко основни вида, според отделите, звената или дейностите, които обслужват:

#### а) Системи за управление на търговската дейност

Към този вид спадат програмите, които се наричат „Складови програми”. Системите от този вид служат за обработка на ежедневната информация, издаване на документи и позволяват изтеглянето на разнообразни справки.

#### б) Системи за данъчна счетоводна отчетност

Към този вид системи спадат „Счетоводните програми”.

Системите от този вид нямат управленски функции – те са насочени за обслужване на данъчната отчетност на фирмата. Към данъчната отчетност следва да се причислят всички външни лица, на които фирмата трябва да дава отчети – държава, акционери и т.н. Системите от този вид понякога имат модул за „склад”, като основната му насоченост е за отчитане на данъчното представяне на бизнеса. Поради насочеността му, модулът „Складово стопанство” често се оказва не достатъчно функционален за използване в оперативната дейност на фирмата.

Важно е да се отбележи една особеност на счетоводните програми. „Поради пряката си насоченост към обслужване на счетоводната отчетност на фирмата, при условията на неинтеграция в единна фирмена система, те често работят по парадигма, при която счетоводните документи се явяват първични, а първичните документи – следствие. Тази парадигма е изключително удобна при използване в изолиран счетоводен отдел, в частност външна счетоводна къща“. (Футекова, 2013, стр.123)

#### в) Системи за изчисляване на работната заплата

Както заглавието подсказва, основната цел на тези системи е изчисляване на работните заплати, отпечатване на фишове, извършване на масово безкасово разплащане, отчетност към НОИ и други свързани дейности. Тези програми са също предимно ориентирани към данъчната отчетност, а не към управленската.

#### г) Други

Към този вид следва да се причислят системите за всички останали отдели – производство, маркетинг, логистика и др. Тези отдели, въпреки важността си, често са последни в приоритетите за програмно обезпечаване, като междуременно обезпечават нуждите си с електронни таблици, хартиени документи и т.н. Много често тези отдели не получават собствени, софтуерни системи.

### **2. Интегрирани системи.**

Системите от този тип се използват от около 25-30% от фирмите в България. След преминаване на първоначалния етап на информационно осигуряване на всички звена, за всяка фирма настъпва момент, когато започва да се усеща нужда от внедряване на отделни софтуерни продукти. При нарастване на обемите на дейността, се появяват проблеми, които в началото не са били от значение. Дублирането на информация в отделните бази данни започва да става все по-скъпо за обслужване и намалява цялостната ефективност на информационното осигуряване.

Логично, в следствие на тези нужди се появяват интегрираните системи за управление, които се стремят да обслужват нуждите на всички звена в организацията. Традиционно, интегрираните системи имат под-системи за обслужване на оперативната дейност (напр. Складово стопанство и Счетоводна отчетност), които може да се използват както за данъчна, така и за управленска отчетност.

Поради самата си същност, интегрираните системи се внедряват много по-трудно от базовите системи. Това се дължи на факта, че те не само обслужват всички звена в организацията, но влизат в областта на комуникацията между тях. Тук се получава един от най-големите проблеми пред този тип системи, който понякога води и до провал на внедряването. Във фирмата в която се внедрява интегрирана система често не са изчистени правата и

задълженията на звената и служителите в тях, последователностите от действия и т.н. Много често данните относно дадена дейност, с които оперира дадено звено (например Счетоводния отдел) не са съвсем същите като тези, с които оперира друго звено (Склад, Мениджмънт). Тези разминавания, ако се появяват систематично, и не са много големи, не се изглаждат, за това не се търси причината за разминаването. При внедряване на интегрирани ситеми, тези разминавания не могат повече да се толерират.

### **3. Системи за управление в организацията.**

ERP (Enterprise Resource Planning) системите, се считат за едни от най-добрите системи за управление в организацията. Подобен тип системи в България ползват 5-15% от фирмите. Интегрираните системи, въпреки голямото предимство, което дават спрямо базовите системи са предимно насочени към обслужване на ежедневната дейност. Поради тази причина те се оказват неспособни да обслужват нуждите на една фирма от корпоративен тип. Една от основните отличителни черти на *ERP*, е силно застъпените възможности за единно планиране на цялата фирма и контрол на изпълнението. Както е отбелязано от Футекова и колеktiv (2013), планирането на ресурсите – материални, дълготрайни, времеви, човешки, финансови и други ресурси има изключително голямо значение за организациите.

Системите от ERP тип често са много обемисти, тъй като те не само обслужват всички отдели на една средна или голяма фирма, но и навлизат в големи подробности в работата на всеки отдел. Внедряването на ERP система често отнема много време, тъй като изисква както сериозно изчистване на бизнес моделите, така и пълно детайлизиране на потоците от информация. Поради тези изисквания внедряването на такава система има благотворно влияние върху организацията като цяло. Но тук се появява критичен момент – често ръководителите в отделните звена не могат да оценят подобаващо нуждата от подобна система и нямат необходимата подготовка за да възприемат подобно ниво на цялостно внедряване на фирмените данни. Преди внедряването на ERP система е добре мениджърите от всички звена да преминат

курс на обучение, който ще им даде много по-точна представа за ползите от подобна система.

Трябва да се посочи, че всички ERP системи имат обща идеология. Тази идеология е конкретна методология на работа (допускаща персонализация), която е първоначално описана още през 60-те години на миналия век. Разбира се, с времето методологията се развива, но въпреки възникващите клонове, все още може да се каже, че всички ERP системи имат обща централна методология. Това е изключително важно при процеса на подготвяне на кадрите за обслужване на подобен тип системи – има много курсове, които не са пряко свързани с конкретна ERP система, а важат за всички такива.

За да се внедри успешно една цялостна информационна система за управление в организацията, обхващаща планирането, управлението, контрола и анализа на всички процеси в една фирма е необходимо тези дейности да съществуват и да работят ефективно. Широко разпространено, е схващането, че внедряването на система за управление ще „създаде”, „оправи”, организира и подреди тези процеси във фирмата. Вярно е, че този тип системи съдържат в себе си „ноу-хау” в тази връзка, но финото ѝ настройване и внедряване във фирмата е отговорност на ръководството. Внедряването на система за управление катализира процесите на организиране на фирмата и то в по-голяма степен от внедряване на ISO, защото системата задължава фирмата да работи според избрания бизнес модел. От тук произтича и главният потенциален проблем за повечето фирми, които не са „узрели” за система за управление. Тези фирми не искат, или не са готови, да извършват тези процеси. Често, това са малки фирми, в които стоковото, ресурсното и финансовото планиране все още са опростени, управлението и контрола стават вербално, а анализ почти не се прави или за него са достатъчни историческите справки от текущата складова програма. За фирми, които са на този етап от развитието си, системите за управление не са необходими, нито подходящи.

Системите за управление стават жизнено необходими тогава,

когато процесите по планиране и контрол на изпълнението станат трудни да се правят помнят, че вече е необходимо описването им в информационна система, която да следи, напътства и алармира при неизпълнение. В този момент наличието на внедрена и добре работеща система може да позволи на фирмата да продължи да расте и да се развива. Системата позволява лесно да се управлява и планира натовареността на ресурсите (стокови, човешки, парични и др.) при голям брой разнообразни дейности и дава възможност за постоянен контрол на всичко, което се случва в организацията.

Това е една от причините, заради които се счита, че системите за управление дават конкурентно предимство. Това твърдение се подкрепя и от Милушева (2012) в статията „Методика за оценка и анализ на конкурентоспособността на индустриалната фирма“ Фирмите, които имат внедрена такава система обикновено успяват да спазят ангажиментите си в срок, качество и други фактори в по-голям процент от случаите и естествено това ги прави предпочитан избор за клиентите. В определени случаи, някои фирми поставят изрично изискване към партньорите си (доставчици, подизпълнители и т.н.) да имат внедрена система за управление.

#### **4. Основни критерии при избор на система за управление в организацията**

Изборът на система за управление винаги е труден, особено ако се направи пълноценно сравнение. Настоящата разработка има за цел да покаже някой от най-важните критерии по които трябва да се оценят отделните предложения за системи. Дадени са както описания на важността на самите критерии, така и факторите, които трябва да се имат предвид за да се даде оценка на всяко предложение. Докладът съдържа примерна точкова система за оценка, която може да се използва за адаптиране на собствена система. Оценка на системите може да се направи и без точкуване, само на база субективно мнение.

За да се направи обоснован избор е важно да се разработи предварително задание за нуждите, което да се предостави на доставчиците на системи за управление, за да могат те да дадат предложения. Начинът на изготвяне на задание е извън обхвата на

настоящия доклад. Единствената препоръка е то да е толкова подробно, колкото е необходимо за да има еднаквост на предложенията.

- **Функционалност**

Функционалността на *системата* представлява степента в която системата покрива нуждите на организацията. Тъй като нуждите са разнообразие от стандартни и нестандартни изисквания, модел на работа на фирмата, методика на отчитане и т.н., като общо правило, никоя система не покрива на сто процента изискванията. Важно е да се оцени кои функционални възможности са съществени за бизнеса и кои могат да се пропуснат в началото.

Основните процеси, които трябва да се покрият от една система по начина, по който се извършват в организацията са:

- Търговският процес – от срещи и контакти, през сключване на сделки, до проследяване на развитието на отношенията
- Процесите по набавяне на необходимите технически средства и материали
- Планиране на нужните ресурси, човешки, материални, времеви и т.н. за коректно изпълнение на поетите ангажименти
- Паричните потоци – следене, оторизация, планиране, отчетност
- Състояние на материалната база
- Счетоводна отчетност
- Други съпровождащи дейности – по-маловажно, но трябва да се оценят възможностите за прилагане на единна система

- **Корпоративна среда**

Когато системата се използва от корпоративна структура, освен покриване на процесите на отделните предприятия, възниква нуждата от интегриране на информацията. В тази връзка важни особености на системата са:

- Единна база данни
- Многофирмена работа, в една база данни
- Отвореност за консолидиране на информация от всички предприятия
- При многофирмена работа трябва да има възможност за



споделяне на данни - най-вече данни за контрагенти и продукти и свързаните с това задължения, плащания, сервиз, взаимоотношения и т.н.

- Отвореност за свързване със съпътстващи системи – това са уеб страници и други под-системи, които могат да се използват от различните предприятия.

- Гъвкавост – за да може да се приложи единна система е изключително важно системата да може да се адаптира според бизнес модела на различните фирми.

- **Гъвкавост**

Гъвкавостта на една система представлява степента, в която тази система е способна да се приспособява към различни типове бизнес и различни стилове на управление.

- Възможност за адаптиране на системата към различни документни модели. Документният модел показва последователността от документи, които се обработват във фирмата, например Оферта – Проформа – Фактура

- Възможност за промяна на екраните за въвеждане съобразно нуждите

- скриване на излишните полета
- задаване на стойности по подразбиране
- определяне на реда на полетата и т.н.

- Възможност за създаване на „потребителски” полета. Това са допълнителни полета, които не са предвидени стандартно в системата. Потребителските полета трябва да могат да се обработват по подобие на стандартните полета. В общия случай, потребителските полета трябва да могат да се:

- Филтрират
- Сортират
- Групира
- Сумират - Възможност за комбиниране на различни екрани и съставяне на индивидуален потребителски интерфейс и др.

- **Интегрираност**

Връзката между отделните модули / раздели на една система за управление спомага за своевременен поглед над случващото се във

дадената организация, автоматизира бизнес процесите, регламентира условията по упражняване на дейността.

Степените на интегрираност на цялостната информационна система на едно дружество, подредени по степен на предпочитание, са следните:

- Всеки отдел ползва различен софтуер за дейността си. Софтуерите са на различни производители и са закупени поотделно

- Всеки отдел ползва различен софтуер за дейността си. Софтуерите са на различни производители, но са доставени комплектно от един внедрител

- Различни софтуери, доставени от различни доставчици, които обаче имат изградена връзка помежду си

- Различни софтуери, от един доставчик, с комуникация между тях

- Един напълно интегриран софтуер

- **Надеждност**

Факторът „Надеждност” е изключително труден за оценка. Надеждността на една система е комплексна величина, зависеща от почти всички други тук изброени фактори, която показва степента в която системата ще остане работоспособна. Надеждността зависи най-вече от:

- Интегрираността на самата система

- Начина на внедряване и поддръжка

- Системното администриране

- **Сигурност на информацията**

Основна цел на системите за управление е цялостно обслужване на нуждите на една средна до голяма корпоративна организация. За да бъдат те задоволени трябва да има система за сигурност на различните нива на работа в тази организация. Мениджърите трябва да могат да определят сами кой служител какво да вижда и с какво се занимава от различните модули на продукта и това да не влияе върху ефективността от изпълнението на задълженията му.

Системите за сигурност условно могат да се разделят на два основни типа:

- Система за функционална сигурност. Позволява определяне на достъпа на потребителите до функциите на системата. Когато един потребител има достъп до дадена функция обаче, той може да манипулира всичките данни, до които тази функция има достъп.

- Система за сигурност на данните. Тази система се среща много рядко в пълен вид, въпреки твърденията на повечето доставчици, че имат всякакви системи за сигурност. Целта е да може да се определя кой потребител до кои записи има достъп.

Добрата система за сигурност на данните трябва да позволява определяне на нивата на достъп на потребителите поотделно до всеки запис или поне тип запис.

При растежа си фирмите създават все по-сложни йерархични структури. Накратко казано, системите, които изглеждат ненужно усложнени (при малките фирми) с правила за одобрение, йерархични нива и др. стават незаменими при нарастване на организацията.

При избора на система е важно да се намери баланса между сложност на системата и възможността ѝ да поеме бъдещия растеж на фирмата в близките 6-7 години.

- **Бързо и ефективно внедряване**

Бързото и ефективно внедряване също често се подценява, защото е еднократен процес. Същност бавното или неефективно внедряване може да има изключително дълготрайни неблагоприятни последици като отхвърляне на системата от някои потребители, неизползване на функции и т.н.

Внедряването е добре да се прави от специалисти, които имат както теоретичен, така и практически опит. Специалистите трябва добре да познават системата, която внедряват.

Внедряването на система от такъв тип е стъпка от непрекъснатия процес на усъвършенстване дейността на организацията.

- **Поддръжка**

Използваемостта и адаптивността на системата от потребителите предполага и нужда от техническа поддръжка. Чрез съответна помощ от страна на консултантите се отстраняват

грешки, оптимизират се функции и се правят подобрения. За да има ефективна поддръжка трябва да съществува експертност, теоретичен опит, практика на консултантите в ежедневната работа с продукта, запознатост с функциите на програмата.

Поддръжката на системата включва:

- предоставяне на грижи на клиентите, чрез „гореща линия”
  - дистанционна поддръжка
  - помощ на място в офиса на клиента
  - мигриране към нова версия на софтуера
  - оптимизация на документо – оборот и бизнес модел на организацията.
- помощ при придобиване на познания за работа на служителите със програмата в организацията и др.

#### • **Технология**

Използването на върхови технологии не е най-важната характеристика на една система за управление, но в същото време използването на остарели технологии крие редица опасности:

- Лоша или липса на поддръжка на остарелите компоненти, базови системи, бази данни и т.н.
- Слаба производителност при големи обеми; включително неизползване пълните възможности на съвременния хардуер.

#### • **Допълнителни разработки**

Най-често системите за управление в организацията имат възможност за добавяне на модули, които да допълнят базовата функционалност със специфичните за дейността разширения. Оценката по този критерий е двустранна. От една страна самата система трябва да предоставя адекватни възможности за разширяване. От друга страна внедрителският екип трябва да има възможност да изработи нужните допълнителни модули.

## Примерна точкова система за оценка

Критерий	Точкова тежест	Оценка на система 1	Оценка на система 2
1. Функционалност	30	0..10:	0..10:
2. Корпоративна среда	20	0..10:	0..10:
3. Гъвкавост	20	0..10:	0..10:
4. Интегрираност	20	0..10:	0..10:
5. Надеждност	20	0..10:	0..10:
6. Сигурност	15	0..10:	0..10:
7. Внедряване	15	0..10:	0..10:
8. Поддръжка	15	0..10:	0..10:
9. Технология	10	0..10:	0..10:
10. Допълнителни разработки	10	0..10:	0..10:
ОБЩО:			

Общият брой точки на една система се получава като сбор от точковата тежест на всеки критерий, умножен по оценката.

### **5. Десетте най-значими ползи от внедряване на система за управление**

За да оцени ефекта и възвращаемостта от инвестиции в системи за управление на бизнеса, Yusuf, Y., A. Gunasekaran, и M. Abthorpe, в своята статия "Enterprise Information Systems Project Implementation (2004) провеждат проучване сред 163 организации използващи такива системи, както и сред 28 от пионерите при въвеждане на системи за управление на бизнеса.

#### **Според проучването десетте най-търсени ползи са:**

- Подобро управление на управленския процес;
- Подобро финансово управление;
- Подобро обслужване клиенти и задържането им в компанията;
- Лекота на развитие/растеж и повишена гъвкавост;
- По-бързи и точни транзакции;
- Намаление на персонал;

- Намаление на времето от получаване на поръчка до доставка на готов продукт;
- Подобро управление на складови наличности и активи;
- По-малко материални ресурси и подобрена логистика;
- Подготовката на справки и доклади може да бъде съкратена от дни на часове.

**Реализираните ползи са:**

- Редуциране на грешките с до 75%;
- Намаляване на времето и разходите свързани с въвеждането на информацията от една *система* във фирмата в друга с 75%;
- Оптимизиране на материалните запаси и складовите наличности с 15%;
- Оптимизиране на бракуваните материали, които не могат да се използват в производството с 8 %.

Друга полза е взаимстване на "know how" – системите за управление са създадени според международни стандарти за бизнес процесите и фирмата започва да работи по тях. Планирането и организирането на поръчките и доставките води до поне 15%-20% намаление на складовите запаси, което освобождава финансов ресурс за фирмата. Тези системи дават възможност да се правят различни анализи и способстват за бърза и адекватна реакция на промените в пазарната среда, което намалява разходите с около 10% и повишава приходите с толкова. Увеличава се събираемостта на вземанията с 15%, поради възможността да се следят по ефективно всички поръчки, плащания, фактури и просрочени задължения. Намалява се броя на нужния персонал, поради намаляване на времето за обработка на документите и така се съкращават разходите за заплати с до 10%.

Всички тези ползи способстват за мащабно оптимизиране на бизнес процеса, което чувствително се отразява върху възвръщаемостта на активите, на собствения капитал, на коефициентите за ликвидност и най-вече на коефициентите за рентабилност, като печалбата осезаемо се увеличава.

**Съществува ли риск от провал при внедряването на система за управление?**

Както при всяко бизнес начинание, риск съществува. Възможно е внедряването да не протече така, както е планирано. Този риск може да бъде минимизиран чрез наемането на висококвалифицирани специалисти с многогодишен опит във внедряването на такъв тип системи за управление.

От друга страна успешното внедряване зависи и от готовността на висшия мениджмънт да окаже нужното съдействие при настройката на бизнес процесите и да отдели нужното време и ресурси, които биха били необходими. Внедряването не зависи единствено и изцяло от софтуерните специалисти, то е функция на усилията на двете страни. Фирмата клиент трябва да подходи към внедряването с определена доза подготовка. При синхронизирана работа на нашите специалисти и анализатори, с екипа на фирмата клиент, рисковете за неуспех са минимални.

### **Проучване върху възвръщаемостта на инвестициите в системи за управление**

Проучването е проведено сред над 200 компании използващи управленски софтуер от O'Brien, James в монографията „Management Information Systems(MIS)“ (2011).

– 63% от големите потребители на системи за управление са изпитали значителна полза под някаква форма;

– 39% от фирмите са имали пряк паричен ефект от въвеждането на система за управление;

– 47% от производствените предприятия са имали пряк положителен ефект върху паричните наличности от въвеждането на система за управление.

### **Заклучение**

При развитието и прилагането на фирмените стратегии, особено значение имат конкурентните предимства на организацията и познанията на висшия мениджмънт относно влияещите вътрефирмени и външни фактори на икономическата среда. Едно от предимствата за повишаване на конкурентоспособността на организацията е внедряването на системи за управление.

За повечето изследвани организации основните цели за въвеждане на система за управление се основават на избрани

фактори повишаващи конкурентоспособността. Най-често определяна като основна цел и важен фактор е управленската видимост върху операциите и дейностите (71%). Целите с най-незначителна важност са намаляване броя на служителите (22%) и радикална реорганизация на бизнес процесите.

### **Използвана литература**

1. Yusuf, Y., A. Gunasekaran, and M. Abthorpe, "Enterprise Information Systems Project Implementation: A Case Study of ERP in Rolls-Royce," *International Journal of Production Economics*, 87(3), February 2004.

2. O'Brien, James. Management Information Systems(MIS). New York, McGraw-Hill, Irwin, 2011. с. 324.

3. Футекова, Н. „Иновативна технология за оценка на ефективността на ERP системи в малки и средни предприятия“, финансиран по програма „Развитие на Конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013“.

4. Милушева, В. Методика за оценка и анализ на конкурентоспособността на индустриалната фирма, Икономически и социални алтернативи, бр. 4, С., 2012.



# ОЦЕНЯВАНЕ НА ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯТА НА ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА

*Марин Гешков*

## EVALUATION OF THE PERSONNEL DURING THE PERIOD OF ECONOMIC CRISIS

*Marin Geshkov*

### Abstract

The World Economic Crisis originated in the United States in 2008 and spread out across the Atlantic to strongly affect all the European countries by the beginning of 2009. The objective of this paper is to analyze the effect of the World Economic Crisis on personnel evaluation in an industrial firm and point out ways to mitigate the negative effects on personnel during period of economic crisis.

*Key words:* evaluation of the personnel, economic crisis, decision making.

### 1. Въведение

В края на 2007 г. и в началото на 2008 г. в американската икономика се появяват сигнали на икономически застои. Наблюдават се явления като нарастващи нива на безработицата и намаляване на brutния вътрешен продукт. Въпреки усилията на правителството на САЩ за стабилизиране на икономиката, проблемите се задълбочават (Tridico, 2011) [1]. Октомври 2008 г. идва с ривът на американските парични пазари, последван от пълен хаос на пазарите за недвижими имоти. В резултат на това много американци губят своите къщи поради невъзможност да изплащат месечните вноски по ипотеките. Започналата като финансова и ипотечна криза, кризата постепенно обхваща всички сектори на икономиката на САЩ и води до сериозно намаляване на brutния вътрешен продукт и на доходите на населението и до незапомнени нива на безработица - до 11%, при характерните за икономиката 3-4 % (Claessens, Tong, Wei, 2011) [2]. В края на 2008 г. в САЩ вече

се говори за национална криза, сравнявана по мащаби с Голямата депресия от 1930 г. В началото на 2009 г. икономическа криза в САЩ напуска пределите на страната и постепенно обхваща голяма част от света, в това число и страните от ЕС. В средата на 2009 г. светът заговоря за Световна икономическа криза. Кризата не подминава и България. Проявите ѝ се усещат силно след години на икономически подем и към края на 2009 г. в България е констатирано намаляване на потреблението, довело до сериозно свиване на производствения сектор и тревожно нарастване на безработицата. Въпреки усилията за постигане на финансова дисциплина и стабилност от страна на правителството, страната продължава да изпитва негативите на Световната икономическа криза.

Как се отразява влиянието на Световната икономическа криза върху оценяването на персонала в индустриалната фирма? Изследването се опитва да даде отговор на този въпрос.

## **2. Методи за оценка на персонала**

Оценяването на персонала е важна стъпка в управлението на човешките ресурси. Като първа стъпка в оценяването на персонала може да се посочи идентифицирането на онези характеристики и показатели, които трябва да бъдат измерени, за да се извърши прецизното оценяване на персонала. Като основни характеристики биха могли да бъдат посочени: качеството на извършената работа, количеството на произведената продукция, ефективността при комуникацията с колегите и мениджърите от страна на служителя и т. н. Съгласно теорията за управление на човешките ресурси за прецизното оценяване на персонала е необходимо да бъдат изведени между шест и осем характеристики. Един от най-използваните подходи за анализиране на основните характеристики и показатели, използвани при оценка на персонала, се базира на компетенциите, дефинирани като обзримите характеристики, които служителите притежават и използват за успешното изпълнение на работните задачи. Наборът от компетенции най-често се нарича модел на компетенциите. При оценката на

персонала мениджмънтът използва най-често два основни подхода, а именно: подход за оценяване на персонала, базиран на основния критерий, използван за оценка на персонала (относителен или абсолютен) и подход, базиран на критерии на измерването (индивидуални характеристики, индивидуално поведение или индивидуално произведена продукция) (Mejia, Blakin, Cardy, 2011) [3]

### ***2.1. Подход на относителна и абсолютна преценка***

Системата за оценка на персонала, използваща относителния подход, изисква от мениджърите да сравнят производителността на даден служител с производителността на други служители, извършващи същата дейност. По този начин се извършва ранкиране на служителите - от тези с отлична оценка и най-висока производителност до тези с най-ниска оценка и най-ниска производителност. Друг вид подход на относителна преценка на персонала е подход, при който служителите се разделят на групи според тяхната производителност и се делят на служители, попадащи в групата на най-високата производителност, служители, попадащи в групата на средната производителност и служители, попадащи в групата на ниската производителност. Основното предимство на подхода на относителната преценка е, че този подход подтиква мениджърите да ранкират техните служители на базата на тяхното представяне. Без тази относителна система за оценка на персонала мениджърите имат тенденцията да оценяват всичките служители по един и същи начин, давайки им една и съща оценка. (Mejia, Blakin, Cardy, 2011) [3] Специалистите, работещи в областта на човешките ресурси смятат, че подходът на относителната преценка има повече недостатъци, отколкото предимства. Така например подходът на относителната преценка не дава достатъчна представа до колко големи или малки са различията между служителите. Също така подходът на относителната преценка не предоставя абсолютна, а само относителна информация или иначе казано използвайки подхода на относителната преценка, мениджърът няма да може да прецени до колко добро или лошо е представянето на даден служител. С други думи, използвайки подхода на относителната

преценка, мениджърът може да достигне до следния парадокс - най-добрият работник в единия екип е по-слаб в своето представяне от служител със средна успеваемост във втория екип. Този парадокс се получава, когато двата екипа имат голяма разлика в общата успеваемост. Като следващ недостатък на подхода на относителната преценка би могъл да се изтъкне фактът, че подходът на относителната преценка заставя мениджърите да идентифицират разлики в представянето на отделните служители, дори когато такива не съществуват на практика. И накрая следва да се отбележи, че подходът на относителната преценка се базира на общото представяне на тима, което до известна степен размива критериите, по които се оценява индивидуалното представяне на служителите. (Mejia, Blakin, Cardy, 2011) [3]

За разлика от подхода на относителната преценка, подходът на абсолютната преценка изисква от мениджърите да оценяват техните служители единствено на базата на зададените критерии за оценка на представянето на служителите. Или в този случай не се извършва сравняване на резултатите на даден служител с резултатите на друг служител. По този начин представянето на всеки служител ще бъде оценявано безпристрастно и по ясни критерии. Подходът на абсолютната преценка позволява на мениджърите да оценяват работата на служителите от даден екип, както и да сравняват представянето на служители от различни екипи. Въпреки че подходът на абсолютното представяне е по-предпочитания подход, този подход има известни недостатъци. Един от недостатъците е, че всички служители от един и същи екип биха могли да получат една и съща оценка, особено ако мениджърът не желае да диференцира представянето на отделните служители. (Mejia, Blakin, Cardy, 2011) [3]

Друг недостатък на подхода на абсолютната преценка е, че различните мениджъри могат да имат коренно различни критерии за оценка на представянето на служителя. Въпреки определени недостатъци, като цяло подходът на абсолютната преценка е по-предпочитан от мениджърите за оценяване на представянето на служителите. Основното предимство на този подход е, че не създава

напрежение между служителите, за разлика от подхода на относителната преценка, при който резултатите на служителите биват сравнявани помежду си. Към подходите на относителната и абсолютната преценка могат да бъдат добавени и инструменти за оценка на персонала, свързани с личностните качества на служителя, с поведението на служителя и с измерване на произведената продукция от служителя. (Mejia, Blakin, Cardy, 2011) [3]

Инструментът за преценка на личните качества на служителя позволява на мениджъра да направи оценка на основни личностни качества на служителя, определящи неговата продуктивност. Тези качества са: решителност, надеждност, енергия и лоялност. Мениджърът преценява служителя на базата на тези четири критерия, като поставя оценка на всеки един от тях. Основният недостатък на инструмента за оценка, свързан с личните качества на служителя, е че този инструмент е твърде неточен и позволява статистическа грешка. Така например дефиницията за надеждност може да намери десетки тълкования сред различните мениджъри. И от тук един служител би могъл да получи различна оценка по този критерий. Инструментът за оценка на личните качества на служителя се фокусира предимно върху личността, а не толкова върху производителността на служителя. Иначе казано този инструмент не е ориентиран към производителността на служителя. Ето защо инструменти, базирани на производителността на служителя чрез оценяване на поведението или резултатите традиционно са по-предпочитани. (Mejia, Blakin, Cardy, 2011) [3]

Инструментът за оценка на персонала, свързан с поведението на служителя, се фокусира върху оценяване на поведението на служителя. С други думи, вместо да се оценяват личностните качества на служителя, при този инструмент се оценява дали служителят демонстрира определен вид поведение като например да работи добре със колегите си, да идва на работните срещи навреме и т. н. ).

Мениджърът внимателно следи и записва дали служителя демонстрира желаното поведение по време на работа и дали не показва поведения, които са нежелани в работната среда. На базата

на поведенията, демонстрирани от служителя, мениджърът изготвя своята оценка. (Mejia, Blakin, Cardy, 2011) [3]

### **3. Влияние на икономическата криза върху оценяването на персонала**

Икономическата криза оказва влияние върху различни аспекти на икономиката на индустриалната фирма, включително и върху оценяването на персонала. Докато в предкризисен период оценяването на персонала може да бъде извършено по методите, описани по-горе, то в годините на икономическа криза използването на тези методи може и да не доведе до желаните резултати. Така например използването на метода на сравнителното оценяване е неприложим в условията на икономическа криза. По време на икономическа криза е трудно да бъдат сравнявани постиженията на двама различни служители, тъй като върху производителността на служителя влияят различни фактори, като ресурсна осигуреност, степен на използвани технологии, време на производствения цикъл и т. н. – фактори, които в условията на икономическа криза са силно ограничени. Ето защо използването на метода на сравнителното оценяване може да ни доведе до погрешни резултати и даване на по-ниска оценка на служител, който демон-стрира висока производителност. Използване на инструментите, базирани на поведението за оценяване на служителите също се оказват неефективни в кризисен период. Тук трябва да се отбележи, че поведение, което е считано за желано в предкризисен период, би могло да бъде нежелано по време на икономическа криза и да оказва негативно влияние върху производителността на потребителя. По време на икономическа криза в поведението на служителите се забелязва силна изнервеност и притесненост за сигурността на работното място, което оказва влияние и върху производителността на служителя. Ето защо е изключително важно мениджърът да има специално индивидуално отношение към всеки служител и да наблюдава дали служителят демонстрира определено поведение, водещо до увеличаване на производителността на потребителя. Икономическата криза без съмнение оказва влияние и

върху личностните качества на служителя, което прави прилагането на инструментите за оценка на служителя, базирани на неговите лични качества, трудно приложими в кризисен период. Личностните качества, които водят до висока производителност в предкризисен период, биха могли да бъдат неефективни по време на период на икономическа криза. Ето защо мениджърът не може да използва наготово инструментите за оценка, базирани на личностните качества на служителя, които мениджърът е използвал за оценка на персонала в предкризисен период. При оценката на персонала по време на икономическа криза е от особено важно значение да се извършват корекции на методите и скалите за оценяване на персонала, използвани в предкризисен период, както и да се използва индивидуален подход, базиран на индивидуално наблюдение и разговори с всеки служител. Само чрез коригирани инструменти за оценка на персонала и силно набягане на индивидуалния подход, при който да се дава ясна сметка както за личностните качества, поведението на работното място и производителността на потребителя, така и за работната среда по отношение на ресурсоосигуреност, използвани технологии, време за работните операции и т. н., мениджърът би могъл да оцени служителя справедливо и прецизно.

#### **4. Заключение**

Световната икономическа криза е сериозно изпитание за стабилността на индустриалната фирма. Негативните аспекти, като повишаващите се цени на ресурсите, свиването на пазара и ожесточената конкуренция са само част от предизвикателствата, пред които се изправя индустриалната фирма. В годините на криза фирмата се сблъсква със значителни трудности при оценяването на персонала. Докато в годините преди настъпването на икономическата криза мениджърите успешно и справедливо оценяваха персонала чрез използване на различни методи за оценка на персонала, то в годините на икономическа криза използването на тези методи води до съществено изкривяване и грешки при оценяването на персонала. В условията на икономическа криза е

необходимо мениджърите да наблегнат на индивидуалния подход при оценка на всеки служител. От съществено значение за успешното оценяване на персонала в условия на икономическа криза е да се вземат под внимание ресурсната осигуреност на фирмата, използваните технологии, използваните техники за мотивация на служителя и фирмения микроклимат. Важно е да се отбележи, че икономическата криза оказва силно влияние върху ресурсната осигуреност и върху фирмения микроклимат, което от своя страна би могло до намаляване на индивидуалните резултати на служителя без служителят да има вина за това. По-ниските резултати биха довели до незаслужено поставена по-ниска оценка на служителя по време на неговото оценяване. Ето защо мениджърът трябва да вземе под внимание всички макро, микро и вътрешно фирмени фактори, оказващи влияние както върху фирмената, така и върху индивидуалната производителност, преди да подходи към оценяване на даден служител. Не на последно място от особена важност за справедливото оценяване на персонала е поставянето на ясни, точни, реалистични и предизвикателни цели пред персонала. Само чрез комплекс от индивидуален подход към служителя и взимане под внимание на всички фактори, влияещи върху фирмената производителност, може да се постигне справедливо оценяване на персонала в условията на икономическа криза.

### **Използвана литература**

1. TRIDICO, P., *Financial Crisis and Global Imbalances: Its labor market Origins and the Aftermath*, Cambridge Journal of Economics, 2012 vol. 36, 17-42 p.
2. CLAESSENS, S., TONG, H. and WEI, S., *From the Financial Crisis to Real Economy: Using Firm Level Data to Identify Transmission Channels*, Working paper 17360, NBER Working Paper Series. 2011.
3. МЕЈА, L., BLAKIN, D., CARDY, R., *Managing Human Resources*, 2011, 1<sup>st</sup> Edition, Pearson.



# ПОЗИЦИИ НА РАБОТОДАТЕЛИТЕ В ТРУДОВИТЕ КОНФЛИКТИ: ТРУДОВИ, ПРАВНИ И УПРАВЛЕНСКИ УСЛОВИЯ

*Веселка Радева*

## POSITIONS OF THE EMPLOYERS IN THE LABOR CONFLICTS: LABOR, LEGAL AND MANAGERIAL CONDITIONS

*Veselka Radeva*

### Abstract

The report presents the results of a scientific research on the positions of employers in labor conflicts in the organizations in Bulgaria. Opportunities for preventing and resolving labor disputes are presented on the basis of labor legislation and modern methods of management.

**Key words:** *labor conflicts, human resource management, labor law, organizational development.*

Съвременните бизнес организации са принудени да работят в условията на силно агресивна и изключително динамична среда. Основните катализатори на тези процеси са бързината, с която се развиват технологиите, въвеждането на т. нар. „умни“ устройства в работните процеси, някои от които заместват напълно човешкия фактор, възможностите за комуникация и всеобхватния достъп до информация. Посочените обстоятелства предопределят и изискванията към управителните органи на ниво национална икономика и бизнес равнища, в частта регулаторни механизми, трудови и правни изисквания за дейността на икономическите субекти, както и по отношение на изискванията към управлението на организациите. Равнището на степента на тяхната съобразеност с условията на макросредата и със специфичните характеристики на народопсихологията на населението в съответните райони, обуславят степента на тяхното изпълнение и последствията от това,

съответно в правно-нормативен, икономически и социален аспект.

Един от феномените, като резултат от отношенията между управителните органи и изпълнителите в организациите, са трудовите конфликти. Определяме ги като феномен, защото тяхната същност е основана на съвкупност от индивидуални възприятия и очаквания, духовни парадигми, вярвания, стремежи и надежди, специфични за всеки един от страните в спора, а в следствие и в конфликта. Множество научни изследвания доказват, че възникването на спор и прерастването му в трудов конфликт е резултат от нарушаване на границите на търпимост, относно отклоненията от определени норми, които е допуснала една от страните в спора и произтичащите от това последствия за другата. В съвременните условия броя на нормите, които следва да се спазват и от неизпълнението на които е възможно да възникнат конфликти, непрекъснато нараства. Това налага изпълнението на всяка една от дейностите в организациите, публични или бизнес структури, да се осъществява от доказани професионалисти в съответната област. При това колкото управляваните дейности са по-комплексни и значими, толкова и изискванията към тези, които ще ги изпълняват трябва да бъдат по-големи.

Отчитайки важноста на работния климат във всяка една организация, в контекст с успешното постигане на нейните цели, в настоящия доклад са представени част от резултатите от първото и единственото към момента научно изследване относно обхвата, предмета, разпределението и икономическите измерения на трудовите конфликти в Р България. Изследването се основава на хипотезата, че в условията на динамична среда възникването на трудови конфликти е неизбежно, но за тяхната превенция и успешно разрешаване е необходимо дейностите в организациите да се основават на професионално изработени политики, процедури и методики за управление на човешките ресурси, съобразени с националната трудово-правна рамка и със специфичните особености на отрасъла, респ. с вътрешните правила в организацията. Тя се основава на разбирането на автора на научното изследване, че при възникването на трудови спорове позициите на работодателите

трябва да бъдат основани, както на посочените по-горе в текста норми, така също и на ситуационен индивидуален подход, изграден и съобразен освен с неговите лични, така също и с текущите очаквания, степента на осъзнатост на предмета на спора и равнището на възприятията на другата страна в потенциалния трудов конфликт. Разглеждането на спора по същество между страните трябва да се извършва при специфичен подбор на време, място, обстановка и предварително добре изготвен план. По този начин ще се гарантира оптимална степен на откритост и аргументираност на неговите параметри, както и на повече потенциални възможности за неговото успешно разрешаване.

Главната цел на научното изследване е да изведе количествените измерения на трудовите конфликти в организациите от националната икономика, тяхното разпределение по райони, да групира предметите на конфликтите, да представи икономическите им измерения и на тази основа да бъде изработена методична база за тяхната превенция и редуциране.

Времевият обхват на изследването е периода 2009 г. – 2014 г. В рамките на изследването са анализирани общо **31 152** броя трудови конфликти, регистрирани и решени от съда. Разпределението им по години е посочено в таблица 1, а динамиката им, съответно на фигура 1.

*Таблица 1*

**Разпределение на трудовите конфликти по години<sup>1</sup>**

	Години					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Трудови конфликти /брой/	2777	6971	5780	6297	5868	3459

От представените данни в таблица 1 се вижда, че за периода 2009-2014 г., броя на трудовите конфликти в страната нараства перманентно, но неравномерно, като най-голям марж се наблюдава

<sup>1</sup> Правно-информационни системи АПИС и Лакорда.

в периодите 2009 г. – 2010 г. (+ 4194 броя) и 2009 г. – 2012 г., когато броят на трудовите конфликти нараства с +3520 броя.



**Фиг. 1. Разпределение на трудовите конфликти за периода 2009 – 2014 г., по икономически райони в Р България<sup>2</sup>**

Общата динамика на броя на трудовите конфликти по икономически райони е представена на фигура 1. От посочените данни, е възможно да се направи заключението, че броят на трудовите конфликти е във функция от степента на развитие на икономическите райони, респ. от броя на заетите и броя на организациите в тях. Пофакторно динамиката и разпределението на трудовите конфликти за изследвания период по икономически райони е представено на фигура 2.

<sup>2</sup> Пак там.



**Фиг. 2. Динамика на трудовите конфликти по райони и години<sup>3</sup>**

За изследването, предвид демографските фактори, е взето предвид и количественото разпределение на трудовите конфликти по съдебните райони на областните центрове, съставляващи икономическите райони на Р България.

В контекст с демографските промени, както и с концентрацията на населението и на бизнес структурите в големите градове, в т.ч. и с неравномерното развитие на икономическите райони, за по-адекватно представяне на интензивността на трудовите конфликти в национален план в настоящото изследване е въведен показателят  $K_{1000}$  - „Брой трудови конфликти на 1000 заети“. Той е определен на национално равнище и по икономически райони, съответно за периода на изследването – общо и по години. В настоящия доклад в таблица 2 са представени данните за този показател за периода 2009 г. - 2014 г.

<sup>3</sup> Пак там.

Динамика на „Брой трудови конфликти на 1000 заети“ ( $K_{1000}$ )

Години	2009	2010	2011	2012	2013	2014
$K_{1000}$	0.5	1,37	1,15	1,28	1,21	0,72

От данните в таблица 2 се вижда, че най-малък брой конфликти на 1000 души заети има през 2009 г., а най-голям през 2010 г., като за периода 2010 г. – 2013 г., средният брой на трудовите конфликти на 1000 души заети е 1,25 броя.

В рамките на изследването на предмета на трудовите конфликти се установи, че предявените претенции в съдилищата са свързани с отклонения, извършени от работодателите относно изискванията в Кодекса на труда (КТ) за:

- възникване на трудовото правоотношение – сключване на трудов договор и изготвяне и предоставяне на длъжностна на работника;
- изменение на трудовото правоотношение – неспазване на изискването за определяне на новото място и характера на работа;
- задълженията на работодателя относно социално-битовото обслужване на работниците и служителите;
- задълженията на работодателя за информиране и консултиране с работниците и служителите, включително по Закона за информиране и консултиране с работниците и служителите в многонационални предприятия, групи предприятия и европейски дружества;
- задължението на работодателя за заплащане на работника на дължимите трудови възнаграждения и обезщетения по трудовото правоотношение;
- осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд, включително изискванията по Закона за здравословни и безопасни условия на труд;
- осигуряване на специална закрила на някои категории работници или служители, в т.ч. непълнолетни, жени, лица с

намалена работоспособност, работещи пенсионери.

Анализът установи, че най-голям е делът на исковете в съдилищата на Р България с предмет „дължими и неизплатени трудови възнаграждения и обезщетения по трудовото правоотношение“.

В резултат на обобщението на данните, както и предвид резултатите от допълните изследвания на проблематиката, които не са представени в доклада, е възможно да се направи заключението, че основните причини за възникване на трудови конфликти в предприятията за анализирания период се дължат на недостатъчен управленски професионализъм. Това доказва необходимостта от изработването на методически насоки за превенция на трудовите спорове и тяхното разрешаване. В тази връзка за осигуряване на оптимална превенция, обхватът на системата за управление на човешките ресурси в предприятията задължително трябва да включва следните мерки:

- осигуряване на равни възможности за развитие на всеки един от работещите;
- проектиране на длъжностите и планиране на човешките ресурси;
- наемане, подбор, асоцииране, задържане, обучение и развитие на човешките ресурси;
- разработване на система за мотивация, контрол и оценка на представянето на човешките ресурси;
- разработване на система за възнаграждения и социални придобивки;
- проектиране, внедряване и поддържане на оптимална система за управление и осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд;
- анализ и одит на управлението на човешките ресурси.

При изпълнението на посочените изисквания е необходимо предварително да бъдат много ясно изяснени взаимовръзките между предмета на конфликта и позициите на работодателя. За целта е препоръчително използването на принципите на системния

подход, методите: дедукция и индукция, PEST и SWOT анализи, с обекти:

- предмета на дейност и юридическия статут на организацията;
- характеристиките на външната организационна среда;
- методите за взимане и изпълнение на стратегическите цели, техниките за организационно развитие и управление на промените;
- лидерството;
- системите за стандартизация и управление на качеството;
- методите за вземане и контрол на изпълнението на решенията;
- управлението на властта.

### **Използвана литература**

1. Anderson, C. & Slocum, Jr. (1977). Managerial Response to Environmentally Induces Stress. *Academy of Management Journal*, June 1977
2. Cartwright, S & Cooper, C. (1997). *Managing Workplace Stress*. Thousand Oaks, CA: Sage
3. Holmes, T. H. & Rahe R. H. (1967). The Social Readjustment Rating Scale, *Journal of Psychosomatic Research*. August 1967
4. Luft, J., Ingham, H. (1955). "The Johari window, a graphic model of interpersonal awareness". *Proceedings of the western training laboratory in group development*. Los Angeles: University of California, Los Angeles
5. Motowidlo, J. & Manning, M. (1987). Occupational Stress: Its causes and Consequences for Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, November, 1987
6. Robins, S. P. (1991). *Organizational Behavior. Concepts, Controversies, and Applications*. Fifth edition, Prentice-Hall International Editions
7. Robins, S. P. (1991). *Organizational Behavior. Concepts, Controversies, and Applications*. Fifth edition, Prentice-Hall International Editions,



8. Whetten, D., Cameron, K. (1991). Developing Management Skills. New York: Harper Collins;
9. Willams, R. (1989). The Trusting Heart: Great News About Type A Behavior. New York: Times Books
10. Правно информационна система Лакорда достъпна на <http://web.lakorda.com>;
11. Правно информационна система АПИС достъпна на [web.apis.bg](http://web.apis.bg);

**РЕГИОНАЛНА ИКОНОМИКА И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ**

**Сборник с доклади  
от научна конференция, организирана  
от Научноизследователски институт  
при Икономически университет - Варна  
17 ноември 2017 г.  
Том 2**

Предпечатна подготовка *Яна Стефанова*

Дадена за печат II.2018 г.

Печатни коли 36,3

Излязла от печат III.2018 г.

Издателски коли 34,4

Формат 60×90/16

Тираж 85

Издателство „Наука и икономика“  
Икономически университет – Варна  
ул. „Евлоги Георгиев“ 24  
Печатна база на ИУ – Варна

ISBN 978-954-21-0957-0