

Година I, Брой 1/2005 г.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

*Economics and
Management*



Югозападен университет "Неофит Рилски"
Стопански факултет
Благоевград

“ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ” е научно списание на Стопанския факултет при ЮЗУ “Неофит Рилски”. В него се публикуват статии по актуални проблеми на икономиката и управлението на глобално, регионално и местно равнище.

Главен редактор

доц. д-р Чавдар Николов

Chief Editor

Assoc. Prof. Dr. Chavdar Nikolov

Зам. гл. редактор

доц. д-р Рая Маджерова

Deputy Chief Editor

Assoc. Prof. Dr. Raya Madgerova

Редакционна колегия

проф. д-р Васил Пехливанов
доц. д-р Георги Л. Георгиев
доц. д-р Георги П. Георгиев
доц. д-р Димитър Димитров
проф. д-р Зоран Иванович
(Университет в Риека, Р. Хърватска)
доц. д-р Людмила Новачка
(Икономически университет –
Братислава, Словакия)
проф. д-р Манол Рибов
проф. д-р Милко Митрополитски
проф. д-р Надежда Николова
проф. д-р Бьорн Паапе
(РВТУ-Аахен-Германия)
доц. д-р Стефан Бойнец
(Университет в Приморска
Факултет по мениджмънт – Копер, Словения)
Академик Татяна Константинова
(Директор на Института по екология и
география на Академия на науките, Молдова)

Editorial Board

Prof. Dr. Vasil Pehlivanov
Assoc. Prof. Dr. Georgy L. Georgiev
Assoc. Prof. Dr. Georgy P. Georgiev
Assoc. Prof. Dr. Dimitar Dimitrov
Prof. Dr. Zoran Ivanovic
(University of Rieka, Croatia)
Assoc. Prof. Dr. Ludmila Novacka
(University of Economics -
Bratislava, Slovakia)
Prof. Dr. Manol Ribov
Prof. Dr. Milko Mitropolitski
Prof. Dr. Nadejda Nikolova
Prof. Dr. Bjorn Paape
(RWTH Aachen, Germany)
Assoc. Prof. Dr. Stefan Bojnec
(University of Primorska
Faculty of Management Koper – Slovenia)
Acad. Tatiana Constantinova
(Dir. of the Inst. of Ecology and Geography
of Academy of Sciences of Moldova)

Отговорен редактор

гл. ас. д-р Десислава Стоилова
гл. ас. д-р Преслав Димитров

Production Editor

Chief Ass. Prof. Dr. Desislava Stoilova
Chief Ass. Prof. Dr. Preslav Dimitrov

**Технически редактор и
дизайн**

Лъчезар Гогов

Technical Editor & Design

Lachezar Gogov

Основатели:

доц. д-р Рая Маджерова, проф. д-р Надежда Николова и доц. д-р Чавдар Николов

◆◆◆ 2005 г. ◆◆◆

Списание се разпространява чрез международния книгообмен на Народна библиотека “Св. св. Кирил и Методий” в следните библиотеки и институции: Slavonic and East European Section – Oxford, England; Library of Congress – Washington, USA; United Nations – New York, USA; Square de Meeus – Brussels, Belgium; Российская государственная библиотека – Международный книгообмен – Москва, Россия; Институт научной информации по общественным наукам Академии наук РФ – Москва, Россия.

Адрес на редакцията:

Списание “Икономика и управление”
Стопански факултет при ЮЗУ “Н. Рилски”
2700 Благоевград, ул. “Крали Марко” 2
e-mail: economics_management@abv.bg
тел.: 073/ 885952

Editor's office address:

Magazine “Economics & Management”
Faculty of Economics – SWU “Neofit Rilsky”
“Kraly Marko” Street, 2700 Blagoevgrad
e-mail: economics_management@abv.bg
Tel: (+35973) 885952

**ИКОНОМИКА
И
УПРАВЛЕНИЕ**

**ECONOMICS
&
MANAGEMENT**



НАУЧНО СПИСАНИЕ НА

СТОПАНСКИЯ ФАКУЛТЕТ

ПРИ ЮЗУ “НЕОФИТ РИЛСКИ” – БЛАГОЕВГРАД ГОД. I, №1, 2005

JOURNAL FOR ECONOMICS AND MANAGEMENT SCIENCE OF

FACULTY OF ECONOMICS–SOUTH-WESTERN UNIVERSITY–

BLAGOEVGRAD VOL. I, №1, 2005

СЪДЪРЖАНИЕ

CONTENTS

Стр.

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ

1

FOR READER

ФИНАНСИ

FINANCES

доц. д-р Ч. НИКОЛОВ - ДАНЪЧНО
ОСИГУРИТЕЛНАТА ТЕЖЕСТ У НАС В
МЕЖДУНАРОДНО СРАВНЕНИЕ

2

*Assoc. Prof. Dr. CHAVDAR NIKOLOV - TAX AND
SOCIAL INSURANCE BURDEN IN BULGARIA:
INTERNATIONAL COMPARISON*

гл. ас. ДЕСИСЛАВА СТОИЛОВА -
ФИНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В
БЪЛГАРИЯ: ПОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМИ,
ПЕРСПЕКТИВИ

9

*Chief Ass. Prof. DESISLAVA STOILOVA -
FINANCIAL DECENTRALIZATION IN BULGARIA:
ACHIEVEMENTS, PROBLEMS, PERSPECTIVES*

гл. ас. ЕЛЕНА СТАВРОВА - ПЕРСПЕКТИВИ ЗА
РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКАТА БАНКОВА
СИСТЕМА В РАМКИТЕ НА ГЛОБАЛНИЯ
ЕВРОПЕЙСКИ ФИНАНСОВ ПАЗАР

25

*Chief Ass. Prof. ELENA STAVROVA -
PERSPECTIVE IN DEVELOPMENT TO
BULGARIAN BANK SYSTEM IN EUROPEAN
GLOBALISED FINANCIAL MARKET*

ВАЛЕНТИН БОШКИЛОВ - БАЗЕЛ II – ПОВЕЧЕ
СИГУРНОСТ ПРИ РАЗНООБРАЗНИ ПАЗАРНИ
УСЛОВИЯ

31

*VALENTIN BOSHKILOV - BASEL II – MORE
SECURITY AT VARIED MARKET CONDITIONS*

УПРАВЛЕНИЕ

MANAGEMENT

проф. д-р ВАСИЛ ПЕХЛИВАНОВ, доц. д-р
РАЯ МАДГЕРОВА, гл. ас. РАЙНА
ДИМИТРОВА - ПРОБЛЕМИ И УПРАВЛЕНСКИ
РЕШЕНИЯ ЗА УСТОЙЧИВ ТУРИСТИЧЕСКИ
БИЗНЕС НА ТЕРИТОРИЯТА НА НП “РИЛА”

35

*Prof. Dr. VASIL PEHLIVANOV, Assoc. Prof. Dr.
RAYA MADGEROVA, Chief Ass. Prof. RAYNA
DIMITROVA - PROBLEMS AND MANAGING
DECISIONS FOR STEADY TOURIST BUSINESS
ON THE TERRITORY OF THE NATONAL PARK
“RILA”*

доц. д-р ГЕОРГИ П. ГЕОРГИЕВ -
ОРГАНИЗАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И ЗАПЛАЩАНЕ
НА РАБОТНАТА СИЛА - ЕДИНСТВО НА
ФОРМИ И СИСТЕМИ

44

*Assoc. Prof. Dr. GEORGI P. GEORGIEV -
ORGANIZATION, MANAGEMENT AND PAYMENT
OF THE WORK RORCE – UNITY OF FORM AND
SYSTEMS*

гл. ас. РАЙНА ДИМИТРОВА - АНАЛИЗЪТ НА ФИНАНСОВИТЕ РЕЗУЛТАТИ – БАЗА ЗА ОЦЕНКА НА МЕХАНИЗМИТЕ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ГОРСКОТО СТОПАНСТВО	53	Chief Ass. Prof. RAYNA DIMITROVA - FINANCIAL RESULTS' ANALYSIS – A BASIS FOR EVALUATING THE MANAGEMENT METHODS IN THE FORESTRY ADMINISTRATION
доц. д-р МАРИЯ ШИШМАНОВА - УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМИШЛЕННОСТТА ЧРЕЗ ОБЩИТЕ УСТРОЙСТВЕНИ ПЛАНОВЕ И ЕКОЛОГИЧНИТЕ ОЦЕНКИ ЗА ТЯХ	67	Assoc. Prof. Dr. MARIA SHISHMANOVA- INDUSTRIAL MANAGEMENT THROUGH GENERAL URBANSPATIAL DEVELOPMENT PLANS AND ENVIRONMENTAL ASSESSTAMENTS THEREOF
гл. ас. МИЛЕНА ФИЛИПОВА - МОТИВАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ НА ПИВО	75	Chief Ass. Prof. MILENA FILIPOVA - BEER CONSUMER'S MOTIVATION
<u>БИЗНЕС КОМУНИКАЦИИ И ЕТИКА</u>		<u>BUSINESS COMMUNICATIONS AND ETHICS</u>
д-р МАРИЯ МЛАДЕНОВА КИЧЕВА – КИРОВА - ЕТИЧНИЯТ КОДЕКС И НЕГОВАТА РОЛЯ В ИЗГРАЖДАНЕТО НА ФИРМЕНАТА КУЛТУРА	80	Dr. MARIA MLADENOVA KICHEVA-KIROVA - THE ETHICS CODE AND ITS ROLE IN CREATING THE COMPANY CULTURE
д-р РУМЯНА МОДЕВА - ПРАКТИЧЕСКОТО ПРИЛОЖЕНИЕ НА УБЕЖДАВАЩАТА КОМУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТА НА БИЗНЕС ОТНОШЕНИЯТА	85	Dr. RUMYANA MODEVA - PRACTICAL APPLICATION OF PERSUASIVE COMMUNICATION IN CONTEXT OF BUSINESS RELATIONS
СТОЯН ОГНЯНОВ КИРОВ - ЕТИКАТА ПРИ ФИРМЕНОТО УПРАВЛЕНИЕ	90	STOYAN FGNIANOV KIROV - THE COMPANY MANAGEMENT MORAL
Актуални публикации от автори на Стопански факултет	94	Topical editions from authors from Faculty of Economics
Научни събития	97	Scientific Events

Настоящият първи брой на списание “Икономика и управление” се издава с финансовата помощ на ЕПП “Стрелец 91 – Любен Боздев” и на авторите.

Всички права върху публикуваните материали са запазени. Възгледите на авторите изразяват личното им мнение и не ангажират редакцията на списанието

Уважаеми читатели,

На Вашето внимание е първият брой на списание „Икономика и управление“. Списанието е печатен орган на Стопанския факултет при Югозападния университет „Неофит Рилски“ – Благоевград и издаването му е свързано с по-нататъшното развитие и обновяване на научните изследвания и учебния процес във Факултета в контекста на присъединяването на България към Европейския съюз. За времето от създаването (1991 г.) до навлизането в средата на второто десетилетие Стопанският факултет се утвърди като център за образователна, научна и научно-приложна дейност в Югозападна България.

Тази многостранна дейност на Стопанския факултет определя и целта на настоящото списание „Икономика и управление“ – да популяризира научните новости и да удовлетворява потребностите на практиката. Редакционната колегия счита, че в списанието определено място трябва да намерят актуалните проблеми на:

- националната и регионалната икономика;
- управленските подходи и механизми;
- европейската интеграция и глобализацията;
- качеството и конкурентноспособността;
- икономиката на знанието;
- икономическият растеж и устойчивото развитие.

Публикациите в списанието ще обхващат научни сфери, съответстващи на научната и образователната проблематика и профилирането по специалности в Стопанския факултет – мениджмънт, маркетинг, финанси, счетоводство и контрол, социално-културни дейности, туризъм, социална политика, инфраструктура и други.

Списанието „Икономика и управление“ се явява среда, в която ще се срещат мненията и оценките на учени, изследователи и специалисти от сферата на науката и на стопанския живот.

Редакционната колегия ще се стреми да поддържа високо равнище на научните и научно-приложните разработки и същевременно да предоставя възможност не само на утвърдени и авторитетни български и чуждестранни учени, но и на начинаещи преподаватели и докторанти да публикуват своите идеи. На страниците на списанието ще могат да споделят свои виждания и специалисти от стопанската практика.

Вярваме, че отговорното отношение на авторите ще съдейства списанието да отговаря на съвременните критерии и изисквания. Списание „Икономика и управление“ ще разчита на мненията и препоръките на читателите.

От редакционната колегия

доц. д-р ЧАВДАР НИКОЛОВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

ДАНЪЧНО ОСИГУРИТЕЛНАТА ТЕЖЕСТ У НАС В МЕЖДУНАРОДНО СРАВНЕНИЕ

TAX AND SOCIAL INSURANCE BURDEN IN BULGARIA: INTERNATIONAL COMPARISON

Assoc. Prof. Dr. CHAVDAR NIKOLOV

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

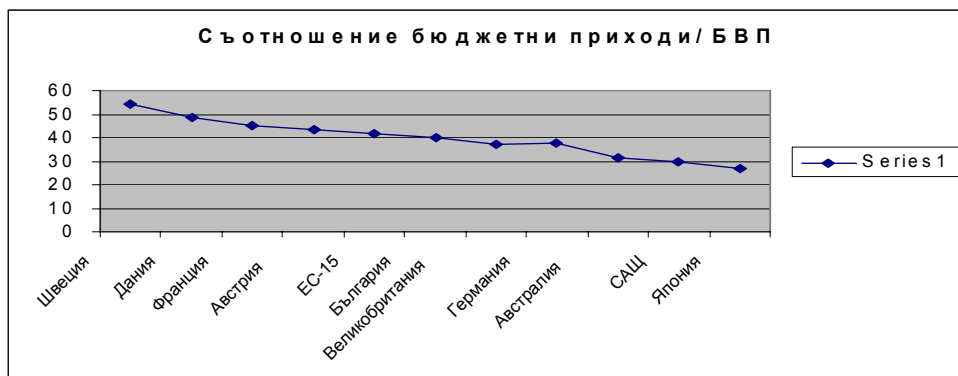
Abstract: The first part of the article is dedicated to international comparison of the main fiscal structures, these of the redistributive role of the state budget. The fiscal model in Bulgaria has to remain in future on the edge between the "social-liberal" and the "social models", which means redistribution of 39-40% of the GDP. Such situation corresponds with the Bulgarian social traditions and with the experience in the other countries of Central and Eastern Europe. The problem in Bulgaria is the tax structure with a strong accent on the indirect taxes, which is not social and quite differs from the tax structures in the EU countries. The development here has to be towards more important role of the direct taxation. The social security payments in Bulgaria have to reach in the next years on evolutionary way the level of 11-12% of the GDP.

Key words: redistributive role of the state budget, relation direct/indirect taxes, security payments

Понастоящем по различни оценки процентът на фискално преразпределение на брутния вътрешен продукт в България е между 40 и 41%. По този начин в международна съпоставка страната ни съответства на типичния "социален" средностатистически показател за

Евросъюза от 41, 6% (2000 г.) и попада точно "на границата" между групата на "социално либералните държави"- такива с преразпределение между 35 и 40% от БВП и групата със "социален фискален модел", сиреч с преразпределение между 40 и 45% от БВП (вж фигура 1).

Фигура №1



Снижаването на нашия показател до 35% към 2005 г., каквито бяха първоначалните намерения, заявени от

досегашното правителство в началото на мандата му бяха своевременно коригирани. Налагането на

англосаксонски тип “либерален” (с преразпределение между 30 и 35%) или “ултра либерален” (с преразпределение под 30%) фискален модел у нас би се явило в разрез с дълговечно установените български “континентални” държавнически и социални традиции и само би задълбочило обществената и икономическата криза, вместо да насочи страната ни към излизане от нея.

В контекста не бива да се подценява също обстоятелството, че повечето средства постъпващи от фондовете на Европейския съюз идват на принципа на “адисионалността”, сиреч те са “допълващи” по отношение на вътрешните държавни финансови усилия. За да получава годишно по 1, 1 милиарда евро, България ще трябва да осигурява бюджетно за осъществяване на европейските проекти поне по 500 милиона лева годишно. С други думи, разумни основания за намаляване на съотношението бюджетни приходи/брутен вътрешен продукт у нас под летвата от 39-40% трудно могат да бъдат намерени. Така че обещанията от която и да е било политическа сила за съществено снижаване на фискалното преразпределение в България не почиват на научна основа.

Главен данък у нас се явява данъкът върху добавената стойност. Следователно данъчната система у нас може да бъде охарактеризирана като екстремно потребителска. Делът на въпросния данък в бюджетните приходи последователно нараства. През 2002 година той е бил 21, 5%, през 2003 г. - 22, 0%, през 2004 г. 23, 2%, за да достигне според очакванията 26, 1% през настоящата 2005 година. Паралелно, както и логично следва, нараства и процентът на приходите от косвените данъци в консолидираните приходи на държавния бюджет: 2002 г. – 33, 5%, 2003 г. - 34, 7%, 2004 г. -36, 8% и 2005 г. -39, 5%.

Едно сравнение със статистиката на ОИСР показва че България се нарежда сред групата на страните, в които

косвените данъци осигуряват голям процент от приходите на бюджета. Около нашия показател (2000 г.) са показателите на Норвегия, Турция и Ирландия, съответно 38, 1%, 38, 3% и 39, 7%. Леко по-големи са тези на Унгария 41, 7%, Гърция 42, 8% и Корея 43, 7%, а съществено нагоре са отишли те при Исландия 48, 3% и Мексико 57, 4%.

При показаното нарастване на ролята на косвените данъци в България за разглеждания период естествено се променя “нагоре” и съотношението между приходите от косвените данъци (в числител) и сумата, формирана от постъпленията в бюджета от данъка върху печалбата и от данъка върху доходите на физическите лица (в знаменател, тази сума оттук нататък за краткост ще наричаме “приходи от преки данъци”), което собствено е основен концентриран показател за социална справедливост или несправедливост на една данъчна система. . Включването на постъпленията за осигуровки към преките данъци, макар и да е факт в нашия и в много бюджети по света, се явява методологично не напълно издържано, защото въпросните приходи дълги години бяха известни в теорията под името “парафиски”, тоест не притежаващи характера на “чисти данъци” или “чисти преки данъци”. Неслучайно осигурителните плащания са обособени в отделна група в статистиката на ОИСР, затова и ние ги разглеждаме обособено – в заключителната част на предлагания текст.

И така през 2002 година съотношението между приходите от косвени и преки данъци у нас е било 2, 07, през 2003 година 2, 19, през 2004 г. 2, 58, а през 2005 година би трябвало да достигне 2, 88. Всичко това говори, че във фискалната сфера напоследък се наблюдава съществена структурна еволюция, която заслужава да бъде анализирана от икономическа и социална гледна точка, като се направят

и съответни международни съпоставки.

Прогнозният показател за съотношението между приходи и от косвени и преки данъци в България за 2005 г., възлизащ, повтаряме на 2, 88, следва да бъде съпоставен с аналогичните показатели от статистиката на ОИСР. За САЩ (2000 г.) той е 0, 31, за Великобритания е 0, 83, средно за Европейския съюз е 0, 86, а за Германия е 0, 93. Показаното означава, че въпросните страни и региони, за разлика от България, залагат на социално по-справедливото пряко облагане, сиреч на облагането на личните доходи и на корпоративните печалби, а не на косвеното облагане.

Косвеното данъчно облагане е облагане на консумацията и доказано натоварва в по-голяма степен лицата с по-ниски доходи отколкото тези с високи доходи. Казусът е известен в науката за финансите като регресивно действие на косвените данъци и може по най-елементарен начин да бъде илюстриран със следното. Човек със скромни доходи употребява всичките си пари, за да покрие разходите си и като сума тези разходи биват облагани с кръгло 17% данък добавена стойност. Този процент се получава елементарно, а именно като предполагаме, че нетната цена на една стока е 100 лева, с 20% ДДС тя става вече 120 лева. Разделяме надбавката върху нетната цена на brutната цена, тоест делим 20 лева на 120 лева и получаваме кръгло 17%. Хората с големи доходи, обаче не изхарчват всичките си пари, а спестяват част от тях. Така в зависимост от нормата на спестяване, дали тя е 25%, 50% или 75%, облагането на разполагаемата сума от 17% пада на 13%, на 8% и на 4%. Аналогични са резултатите за облагането в съответната държава, ако доходите цялостно или частично се разходват не у нас, а в чужбина.

Виждаме, че твърдението, че разходите на състоятелните слоеве се облагали чрез косвените данъци повече отколкото тези на бедните важи

единствено що се касае до абсолютния размер, но не и разглеждано в относителност. А точно относителните характеристики лежат в основата на съвременното разбиране за справедливостта, в частност и на справедливостта на данъчното облагане. Затова именно посочените по-горе икономически и социално развити държави по света са сложили акцента при бюджетните приходи върху преките данъци, а не върху косвените. Освен това директното данъчно облагане на доходите така да се каже по същността си дава възможност за реализирането на прогресивни ставки, което е изключено при косвеното.

Отделен се явява въпросът дали визираните ставки при преките данъци трябва да бъдат засилени или умерено прогресивни. Модерният отговор в контекста е, че прогресивността на прякото данъчно облагане следва да бъде в степен, която "обществото може да понесе", сиреч която не поражда смущаващи функционирането на данъчната система и на държавата явления като неплащане на данъци, данъчна емиграция и пр. "Плоското" подоходно облагане, сиреч пропорционалното облагане на доходите, облагането с една и съща ставка, независимо от величината на данъчната основа, се явява пряка препратка към разбиране за социална справедливост, характерно повече за Средновековието, отколкото за съвременността. Именно през Средновековието десетъкът е бил обичайна форма на данъците. За разлика от "плоското" облагане прогресивното данъчно облагане влияе коригиращо върху прекалената социална диференциация, естествено породена от пазара, стимулира възпроизводството на средната класа, която от своя страна е социалния носител на демокрацията и на устойчивото развитие.

Има ли все пак в ОИСР държави с показател за съотношението между

косвени и преки данъци близък до нашия (отново припомняме, че той възлиза на 2, 88). Отговорът е отрицателен, българският показател е абсолютно екстрем, подобна страна отсъства в групата на развитите държави и на държавите в преход, членувачи в тази организация. С показател над единица са Полша с 1, 22, Португалия с 1, 34, Чехия с 1, 42, Турция – с 1, 43, Гърция с 1, 44, Унгария с 1, 67 и Словакия с 1, 96. Видно е се, че от гледна точка на социалната справедливост фискалната ситуация в България е меко казано далеч от социалното съвършенство. Нещо повече, за разглеждания период може да се констатира постъпателно влошаване във въпросния аспект.

Специално трябва да се подчертае, че предимственото залагане на приходи от косвени данъци в държавния бюджет е несъмнен белег на неразвитост и дори на бюрократично безсилие на данъчната администрация. За аргумент в полза на това твърдение може да послужи обстоятелството, че най-големи суми от данъка върху добавената стойност постъпват по вноса. В същото време процедурата за облагане на доходите на физическите лица е прекомерно усложнена поради липса на пълна електронизация на системата и посредством задължителността на попълването на ежегодните данъчни декларации.

Впрочем, таблицата за облагането на доходите на физическите лица у нас, влязла в сила от началото на 2005 година, фактически се явява лош компромис между публично дирижирано лансираните напоследък идеи за “плоски данъци” и доминиращото общественото мнение, отстояващо все пак някакви критерии за социална справедливост. В максималната облагателна ставка от 24% (2005 г.) и в по-нататъшното ѝ намаляване на предвидените за 2006 година 22% няма особена логика. Разумният ход би бил въвеждането на облагане от 28%, 32% и

35% за по-големите и най-големите доходи. Намаляването на корпоративното подоходно облагане, от своя страна, би имало значително по-смислен от сегашния икономически ефект, ако данъкът се преотстъпваше при инвестиране. Приетото решение за обикновено снижаване на данъка до 15% и до 12% по-нататък рискува да засили не капиталовложенията със създаване на работни места от които България се нуждае най-много, а обикновеното потребление и у нас, и зад граница.

Повечето проблеми на българската данъчна политика в края на краищата не идват толкова от конкретните данъчни ставки, а от възприетата философия. Защото именно във въпросните общи концептуални подходи може да се констатира наличието на сериозни дефицити на социалност и на перспективно държавническо икономическо мислене. Балансираните, а не полярно разслоените общества напредват стопански най-бързо. В България следва да се работи в посока на относителна социална хомогенност, а не на по-нататъшна, олигархична доминация.

Данъчната философия, реализирана понастоящем, трудно издържа сериозна критика и от макро икономически регулативна гледна точка.

Снижаването на преките данъци, въпреки всички официални обратни уверения, говори за привързаност към т. нар. “икономика на търсенето”. С други думи чрез намаляване на данъчното бреме и резултантно освободеното търсене се цели да се инициира стопански растеж. Такова “инжектиране” на покупателна сила в икономиката доказано има резон само ако националните производители могат да произведат достатъчно конкурентоспособни стоки. При липса на визириания потенциал потребителите се насочват към вноса. Българският случай, за който е характерно ударно нарастване на негативното салдо на

търговския баланс безспорно се очертава като точно такъв.

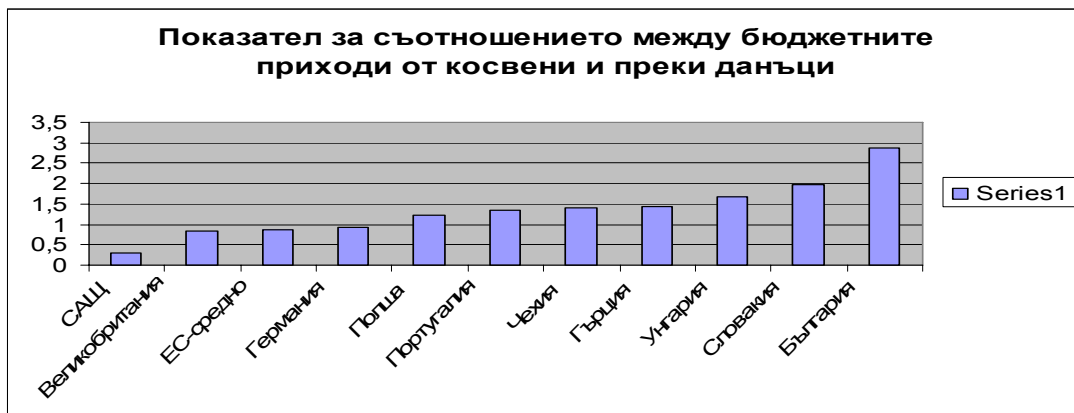
Следователно, по-правилният избор с оглед наличните национални стопански реалности, би бил този на “икономиката на предлагането”. При нея държавата не създава, не освобождава търсене, а се намесва в “страната на предлагането”, осигурява условия за снижаване цените на стоките на пазара, повишава предлагането на квалифицирана работна сила, подпомага иновационната дейност.

Преведено на фискален език по-горе казаното означава най-напред, че ако липсва ценова конкурентоспособност на националните производители спрямо наличното търсене, правителството би следвало да се опита да я създаде. В данъчната сфера най-елементарното действие би било намаляването и диференцирането на ДДС за стоките от първа необходимост. От една страна, тези стоки естествено в преобладаващата си част са български, защото са нетъргуеми или са слабо търгуеми в международния обмен, а от друга, еластичността на търсенето от цената им е голяма. Така, намалението на цената при стоките от първа необходимост, посредством снижаването на данъка върху добавената стойност, би увеличила тяхното търсене и потребление, което от своя страна би било причина за повишение на производството им. А увеличението на производството би довело до ново снижаване на цената в резултат на т. нар. “икономия от мащаба”. Дали обаче ефектите от

понижаването на данъка върху добавената стойност ще останат у търговеца, каквито са обичайните научни критики в контекста, или ще достигнат потребителя, зависи от ред фактори, на първо място от монополизацията на пазара и нейното регулиране или липса на такова регулиране, от наличието или не на предварителна договореност между държавата, от една страна, и асоциациите на производителите и търговците, от друга, от това, дали държавата възнамерява или не да изконтролира процеса и пр.

Показаните в анализа дотук факти и съображения налагат извода, че е необходимо основно преразглеждане на принципите на досегашната данъчна политика у нас. Еволюирането на данъчната система в България от екстремно потребителска към умерено потребителска и впоследствие към хибридна е от интерес на цялото общество и следва да се осъществи последователно, вероятно в течение на десетилетие – десетилетие и половина. Тази еволюция естествено е в зависимост от нарастването на доходите, както и от укрепването на данъчната администрация и повишаването на ефективността на функционирането ѝ.

Според статистиката на ОИСР приходите в държавния бюджет от социално осигурителни вноски представляват доста пъстра и противоречива картина, разгледани като процент от брутния вътрешен продукт (вж фигура 2).



В Австралия и Нова Зеландия въпросният показател е 0, 0 (2001 г.). Кое то от своя страна не означава, че там липсват публични разходи за обществено и здравно осигуряване, а фактически, че не е възприет "континенталния" ("германския") модел на доминиращи публични осигурителни каси в разглежданата сфера. Така например, през 2002 година разходите за здравеопазване в Австралия са били с дял от 16, 7% от всички държавни разходи. Същевременно публичните разходи са заемали 68, 2% от всички разходи за здравеопазване в Австралия и 77, 9% от тези в Нова Зеландия.

Средно за Европейския съюз показателят за съотношението между осигурителни приходи в държавния бюджет и брутен вътрешен продукт е 10, 4%. Но и тук могат да се наблюдават няколко страни с показатели екстремно и значимо дивергиращи спрямо общоевропейския. Това са Дания с 2, 24%, Ирландия с 4, 1% и Великобритания със 6, 1%. В това, че при въпросните държави е налице аналогия с изложеното по-горе, касаещо Австралия и Нова Зеландия, се уверяваме, когато погледнем и тяхната статистика за здравеопазването. В Дания държавните разходи за здравеопазване имат през 2002 г. дял от 13, 2% в държавните разходи, В

Ирландия процентът е 16, 4%, а във Великобритания е 15, 8%. По същия начин публичните разходи заемат 83, 1%, 75, 2% и 83, 4% от разходите за здравеопазване в съответните страни.

През последните години българският показател приходи на общественото и здравното осигуряване в държавния бюджет / брутен вътрешен продукт е както следва 9, 5% през 2001 г., 10, 6% през 2003 г., 10, 2% през 2004 г. и 10, 2% според проектобюджета за 2005 г. Съпоставен с показателите на страни с "класически" държавни осигурителни системи, каквито са тези в Германия, Франция, Австрия и Швеция, нашият изглежда твърде скромнен, макар и формално приблизително съответстващ на средния европейски. Приходите от осигурителни вноски са 13, 2% от БВП на Австрия, 13, 6% от БВП на Германия, 15, 0% от БВП на Швеция и 15, 3% от БВП на Франция.

Приведената фактология говори единствено, че тенденциално, при запазване на досега у нас възприетата осигурителна система, размерът и обемът на осигурителните плащания неминуемо ще расте. Проблемът е въпросното нарастване на осигурителното бреме за българския данъкоплатец да стане плавно и еволюционно.

Сравнението на показателя на България за съотношението между приходи от осигуряването в държавния бюджет и brutния вътрешен продукт с тези на някои от новопостъпилите в Евросъюза страни също подкрепя горната теза. С показател по-нисък от нашия е единствено Полша, където той е 10, 1%, но за тази страна е характерна

качествено различна демографска ситуация от тази у нас. Близката до нас по възрастова структура и изпитваща подобни на българските проблеми със застаряването на населението Унгария има показател от 11, 5%, Словакия е с 11, 3%, а Чехия има цели 15% (вж фигура 3).

Фигура 3



Еволюционната логика изисква относително бързо, най-вероятно до 2007 година, да достигнем нивото на показателя за съотношението между приходите от осигурителни вноски в държавния бюджет и brutния вътрешен продукт на Унгария, а след това в продължение на десетина години да се движим към сближение с ориентири съответните показатели на развитите страни.

Разбира се, с оглед наличието на “сива икономика”, равняваща се на 30%

от БВП може да се спекулира и с възможността тази част от икономиката да бъде изкарана в един момент “на светло” и така въпросните европейски показатели да бъдат достигнати без да има необходимост от увеличаване размера на осигурителните вноски у нас. Практиката вероятно ще наложи, както винаги, “нещо средно”, което означава и нарастване на осигурителното натоварване на данъкоплатците, и повишаване на събираемостта при социалното осигуряване

гл. ас ДЕСИСЛАВА СТОИЛОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**ФИНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В БЪЛГАРИЯ: ПОСТИЖЕНИЯ, ПРОБЛЕМИ,
ПЕРСПЕКТИВИ**

FINANCIAL DECENTRALIZATION IN BULGARIA: ACHIEVEMENTS, PROBLEMS,
PERSPECTIVES

Chief Ass. Prof. DESISLAVA STOILOVA

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

*Разработката е част от научно-изследователски проект на тема
"Финансиране на общините чрез емитиране на облигации",
финансиран от Национален фонд "Научни изследвания" при МОН на
РБ.*

Abstract: The paper is intended to study the relationship between the fiscal decentralization in Bulgaria and the current financial position of local governments. The main purpose is to present the status, tendencies, and fundamental problems of the municipal budgets as a base for further analysis, conclusions, Assessments, and recommendations.

Key words: fiscal decentralization, local budgets, municipal creditworthiness

**Финансова децентрализация -
основни количествени параметри**

Децентрализацията обикновено се дефинира като процес, при който държавата прехвърля на местната власт права и отговорности за изпълнение на определени функции, свързани с предлагането на публичните стоки и услуги, чието потребление е пространствено ограничено на територията под местна юрисдикция. Обхватът на предоставените компетенции определя равнището на децентрализация, което разглежда от позициите на общините, изпълва със съдържание понятието местно самоуправление.

Политиката на фискална децентрализация придоби съществено значение за съвременните държави в началото на 90-те години на миналия век. Смята се, че децентрализацията в публичния сектор на икономиката има за резултат значителни ползи, водещи до повишаване на ефективността при

предоставяне на публичните стоки и услуги и по-пълното удовлетворяване на предпочитанията и нуждите на местното население. Реализирането на посочените позитиви обаче, е свързано с изпълнението на редица предварителни изисквания, като фундаментална предпоставка е съответствието между отговорности и ресурси на местната власт.

Въпреки че фискалната област в местното самоуправление е тясно специализирана във всяка страна, в зависимост от нейното историческо развитие, държавно устройство и административно деление, националните особености, нужди и законова рамка, с оглед предстоящата интеграция на България към единното европейско пространство, е целесъобразно да се направи опит за анализ и сравнение на финансовите параметри на взаимоотношенията централна - местна власт, с цел рационално използване на европейския

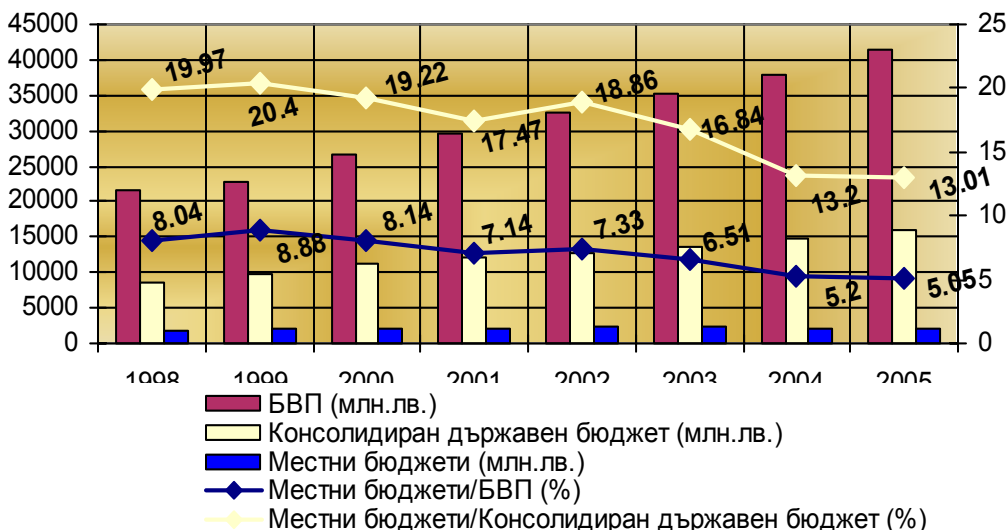
опит за нуждите на финансовата децентрализация у нас. Същевременно е важно да се отчете обстоятелството, че не съществува унифициран “модел” на фискалните взаимоотношения между отделните равнища на управление, поради което е невъзможно формулирането и прилагането на еднозначно правило за “благоприятна” степен на финансова децентрализация.

Равнището на фискална децентрализация в държавите, ратифицирали Европейската харта за местно самоуправление (ЕХМС) се проследява в специални доклади на Съвета на Европа и ОИСР, които представят данни за разпределението на ресурсите в публичния сектор. Като основни количествени параметри, характеризиращи финансовата децентрализация обикновено се посочват коефициента на централизация и свързаните с него показатели: дял на общинските бюджети в КДБ и БВП на страната. Тези показатели измерват както разпределението на функциите по

предлагането на публичните блага, така и на свързаните с тях финансови потоци, като разкриват пропорцията, в която ресурсите на публичния сектор се поделят между централната и местна власт.

Коефициентът на централизация за България възлиза на над 80% от бюджетните ресурси на публичния сектор. Понастоящем делът на общинските разходи в консолидираните разходи се движи в границите 13-14%, а посредством общинските бюджети се преразпределя не повече от 5-6% от БВП. Посочените данни разкриват ниската степен на финансова децентрализация в България, на фона на средни за Европа равнища на тези показатели съответно 25-26% относителен дял на местните бюджети в консолидирания бюджет и преразпределение на над 14% от БВП посредством бюджетите на местното самоуправление. (OECD, 2002)(вж фигура 1)

Фигура 1



България: макроикономически и бюджетни индикатори

Източник: МФ и собствени изчисления

Въпреки че стартът на реформата за фискална децентрализация през 2002г. наложи значителни промени в цялостната рамка на финансовите взаимоотношения между централната и местна власт в България, устойчивата тенденция на постъпателна централизация на ресурсите в публичния сектор, започнала още в началото на 90-те години на миналия век, продължава и през първите пет години на новото столетие. Независимо от регистрирания икономически растеж, дялът на общинските бюджети в КДБ и БВП остава почти неизменен като абсолютна сума и намалява като относителна величина. Тенденцията се запазва и през 2005г., като въпреки че по общинските бюджети са разчетени 2 089, 3 млн. лв., което регистрира увеличение в размер на 179, 4 млн. лв. спрямо предходната година, относителният дял на общинските бюджети в БВП и консолидираната фискална програма намалява.

Причините за редуциране дела на общините при разпределянето на ресурсите в публичния сектор са много, но две от тях могат да се отчетат като съществени. На първо място, кризисното състояние на икономиката в края на миналия век наложи централизацията на ресурсите като начин да се запазят от финансов колапс автономните бюджети. На второ място, големите различия във фискалните позиции на общините налагат необходимостта от централизирано преразпределение на ресурсите и повишаване ролята на държавните трансфери, без които финансово слабите общини не биха могли да функционират.

Ниските стойности на количествените параметри на финансовата децентрализация в нашата страна са продукт на процеса на централизиране на предоставяните публични услуги. Постепенно отпаднаха ангажименти за финансиране чрез общинските бюджети на редица разходни отговорности в областта на образованието,

здравеопазването и социалните дейности. Съществен фактор е и пониският темп на нарастване на общинските разходи в сравнение с останалите публични сфери в страната.

Трябва да се отбележи, че въпреки честата им употреба, посочените количествени измерители имат редица недостатъци, поради което понякога водят до неправилни изводи относно реалната финансова независимост на местната власт. Преди всичко, дялът на местните бюджети в КДБ или БВП не може да служи като прецизен показател за степента на автономност на местната власт при вземане на разходни решения, защото общините извършват както разходи с обхват и разпределение, контролирани на местно ниво, така и необходимите разходи за осъществяване на дейностите, делегирани от централната власт. От друга страна, посочените показатели не предоставят необходимата информация за вертикалната фискална структура на публичния сектор, като игнорират правомощията на местната власт по отношение на собствените приходиизточници. Ето защо, като коректен показател за оценка на финансовите аспекти на децентрализацията се разглежда степента на данъчна автономност, която осигурява обща информация както за относителния дял на местните данъци и такси в общите бюджетни приходи, така и за правомощията на местната власт при определяне на техните размери и облагаема основа.

Фискална зависимост на местната власт - структура на общинските приходи

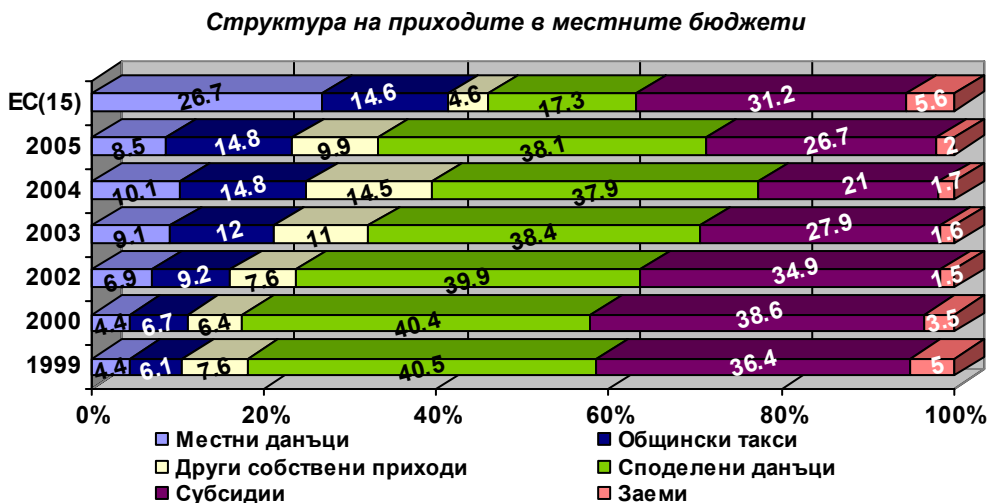
С цел фокусиране на дебата е важно да се подчертае, че не съществува идеална структура на местните приходи, но все пак има единно становище относно стандартите, които следва да се спазват при предоставянето на бюджетни правомощия на местната власт. Стандартите са синтезирани в чл.

9 на ЕХМС, който третира финансовите ресурси на общините и гарантира финансовата им автономност, като прокламира адекватност, стабилност и предсказуемост на приходите, както и определена степен на контрол над приходоизточниците. Приходите в местните бюджети се декомпозират на собствени приходи от местни данъци, такси и други неданъчни приходи, които традиционно са под контрола на местната власт и държавни трансфери, определяни от централното равнище на управление. По принцип се смята, че когато собствените ресурси са съпоставими като размер с държавните трансфери, финансовата автономност на общините е добре обезпечена.

Наличните данни налагат извода, че основните параметри на приходната част на местните бюджети в България, са съпоставими с преобладаващия

европейски модел. Собствените приходи на общините продължават тенденцията да нарастват както абсолютно, така и относително, като през последните години делът им надхвърля една трета от общата сума на приходите в местните бюджети. В сравнение със стойностите от 10-11%, регистрирани през 90-те години е постигнат значителен напредък по отношение повишаване равнището на местен контрол върху приходната част на бюджета и доближаването му до средното европейско равнище. Преструктурирането на общинските приходи се дължи както на намаляване на разходните отговорности, финансирани с държавни трансфери, така и на трайната тенденция на значително увеличаване на собствените приходи през последните години (вж фигура 2).

Фигура 2



Източник: МФ, НСОРБ

Все пак трябва да се отбележи факта, че в сравнение с 2004г., когато делът на собствените приходи в общинските бюджети достига 39, 4%, финансовата 2005г. регистрира крачка назад с едва 33, 1% относителен дял на собствените приходи – равнище, по-ниско дори от отчетеното през 2003г. Намалението се

дължи предимно на редуцирането на и без това ограничаването на местна данъчна база, поради окончателното отпадане на пътния данък, както и на освобождаването от данък върху наследството на основната група данъкоплатци - "преживелия съпруг и наследниците по права линия без

ограничения". (ЗМДТ, чл. 31, ал. 2) Създаденият механизъм за компенсиране на общините за загубите на приходи от пътен данък чрез допълнителен трансфер, не променя обстоятелството, че се засилва финансовата зависимост на местната власт от центъра, както и факта, че липсват компенсации за по-ниските приходи от данък наследство, оценени на около 300-350 хил. лв. годишно.

Местни данъци

Детайлното вглеждане в структурата на собствените приходи разкрива една тревожна тенденция, а именно намаляване на приходите от местни данъци в общинските бюджети. Докато през 2003г. в общинските бюджети са постъпили местни данъци на стойност 206, 1 млн. лв., то през 2004г. са разчетени 197, 6 млн. лв., а за 2005г. са планирани едва 177, 4 млн. лв., което означава намаление от около 14%. В тази връзка трябва да се подчертае необходимостта от разширяване на местната данъчна база с цел засилване финансовата автономност на местната власт. Освен че ни доближава до модела на европейските държави, увеличаването на дела на собствените приходи е в унисон със стратегическите цели на реформата в местните финанси.

Вариант за решаване на проблема е да се осъвремени данъчната база на данъка върху недвижимата собственост. Значителното увеличение на пазарната стойност на недвижимите имоти през последните години дава основание да се приложи чл. 5 (1) от ЗМДТ. Ползването на същата база ще доведе до увеличаване на приходите и от другите имуществени данъци. Друг вариант е да се потърсят нови приходоизточници, като например определяне на патентния данък като местен приход или налагане на допълнителен процент (надбавка) за общините към някои от републиканските данъци.

От друга страна, въпреки че делът на собствените приходи в местните

бюджети варира около средните стойности за европейските държави, според класификацията на ОИСР, местните данъци в нашата страна попадат в категории, където данъчната автономност на местната власт е най-силно ограничена и дори липсва. Поради нееднозначните определения на понятието "местен данък" в съвременната фискална теория и практика, като най-важна негова характеристика е възприета свободата на местната власт да определя данъчната база и ставка.

В момента българските общини нямат правомощия да определят вида, размера и облагаемата основа на местните данъци. Фактически, единствената причина те да се наричат "местни" е че са регламентирани със ЗМДТ. От гледна точка на модерните публични финанси, ако местната власт няма никаква роля при определянето на местните данъци, те не могат да се разглеждат като собствени приходи, а се дефинират като специфични трансфери. Ето защо, съгласно цитираната таксономия, над 75% от общинските бюджети в България се формират от трансфери и се определят от централната власт, което ни отдалечава от възприетият като база за сравнение модел на структурата на местните приходи в европейските държави.

Данъчните компетенции на общините са един от стълбовете на финансовата децентрализация в развитите държави. В тази връзка у нас перманентно се възобновява дискусиата относно предложението за промяна в Конституцията, която би позволила на общинските съвети сами да определят ставките на местните данъци, което е залегнало и във вече цитираната правителствена програма за реализация на концепцията за финансова децентрализация. Идеята заслужава подкрепа, но само при условие, че се осигури необходимия период на адаптация, мониторинг и стъпково въвеждане на новите данъчни

правомощия на общините, които да даде възможност за изглаждане на механизмите, отработване на практиките и обучение на персонала, за да могат общините постепенно да започнат да провеждат самостоятелно разумна бюджетна политика.

Общински такси

Важна част от собствените приходи на общините са местните такси. Нещо повече, таксите имат потенциал да се превърнат в основен собствен приходоизточник в общинските бюджети. Едно от най-големите достижения на реформата в сферата на местните финанси до момента е предоставянето на пълни правомощия на местната власт по отношение на таксите. От началото на 2003г. общините следват собствена политика по отношение на услугите, предоставяни на гражданите, срещу които събират общински такси. ЗМДТ определя единствено видовете услуги и общите правила, които общините трябва да съблюдават при разработване на

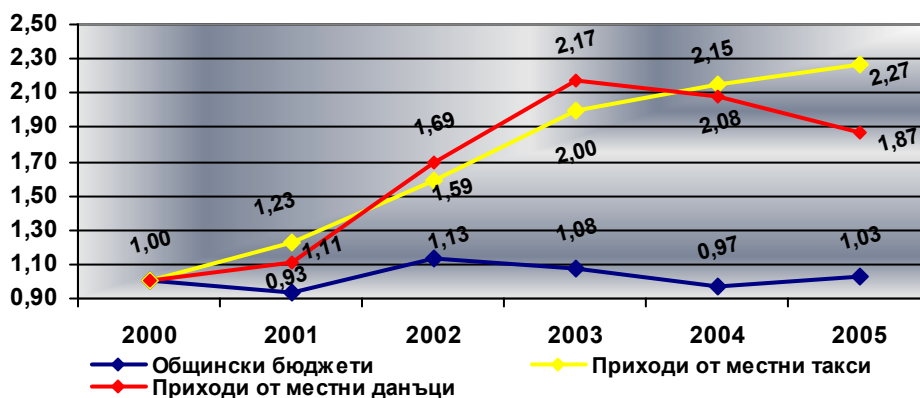
своята политика. Всяка община, чрез своя наредба, определя обхвата на съответната услуга, начина на нейното предоставяне и остойностяване, размера на таксата, както и евентуалните облекчения спрямо определени кръгове потребители.

Данните сочат значителен ръст в размера на приходите от общински такси, както като абсолютна сума, така и като относителен дял от бюджетите на общините. Тенденцията на нарастване значението на таксите като местен приходоизточник се дължи както на непрекъснатото увеличаване на постъпленията от такси, така и на структурните промени в общинските бюджети. Факт е, че местните такси са удвоили обема си спрямо равнището от 2000г., докато ръстът на общинските бюджети е едва 3%. Тенденцията за редуциране на приходите от местни данъци след постигнатият връх през 2003г. е повече от очевидна (вж фигура 3).

Фигура 3

Темп на нарастване на общите приходи, приходите от данъци и такси в местните бюджети

(2000г. е приета за база)



Източник: МФ, НСОРЕ и собствени изчисления на автора

Основната причина за ръста на общинските такси е разделянето на дейностите, финансирани чрез общинските бюджети, на делегирани от държавата и местни, което налага общините постепенно да изпълнят разпоредбите на ЗМДТ, според които размерът на таксата трябва да покрива пълната себестойност на предоставяната услуга. Неспазването на това изискване означава, че общината трябва да заделя от други местни приходи, за да компенсира разликата. Въпреки че принципът за облагане според ползите (*benefit principle*), интерпретиран още като разходно-покривен принцип намира широко приложение при определяне размера на таксите в развитите страни, абсолютизирането му не е желателно. Независимо от факта, че общинските такси в европейските държави имат характер на цени за предоставяните публични стоки и услуги, се допускат редица изключения за постигане на екологични, образователни или социални цели. Например в нашата страна потребителските такси за ползване на детски градини и ясли възстановяват едва около една трета от издръжката в тези заведения, което означава, че на практика общините заделят съществена част от собствените си приходи, за да субсидират малка част от своето население – родителите на деца, ползващи общински детски заведения. Все пак, от гледна точка на демографската ситуация в страната, един разумен компромис по отношение на въпросните такси е абсолютно наложителен.

Механизъм на държавните трансфери

Характерна за нашата страна е значителната финансова диференциация между малко на брой, силни в икономическо отношение общини и останалата маса. Неблагоприятно съчетание на икономически и социални характеристики

е налице в около 80% от общините в България. Икономическите показатели на фирмите и доходите на населението в тези общини са ниски, в резултат на което липсват достатъчни по размер собствени ресурси и основен източник на приходи са държавните трансфери. С най-голям ресурс са малките общини, с локализирани сравнително големи предприятия и големите градове, чийто ресурсен потенциал не е изчерпан от икономическата криза. Ето защо, поради необходимостта от осигуряване на равностоен достъп на населението и минимално равнище на финансиране на публичните стоки и услуги във всички региони на страната, прилаганата система за преразпределение чрез държавни трансфери не влиза в противоречие с духа и принципите на финансовата децентрализация.

Несъмнено постижение на реформата в местните финанси през последните две години, е изградения стабилен фундамент на финансовите взаимоотношения между централната и местна власт, чрез ясното разделяне на общинските разходи на делегирани от централната власт и осигурявани по усмотрение на общините, т. е. като местен избор. Разработените стандарти за издръжка на държавните дейности, финансирани чрез общинските бюджети, в секторите образование, здравеопазване, култура, социално подпомагане, отбрана и сигурност, общинска администрация, са основа за въвеждане на прозрачен механизъм за определяне на фискалните взаимоотношения на централния бюджет с бюджетите на общините.

Пълното обезпечаване на делегираните държавни дейности с трансфери – преотстъпени данъци и обща допълваща субсидия, както и финансирането на общинските дейности със собствени приходи и изравнителна субсидия (при недостатъчен данъчен капацитет на общината), внася яснота и прозрачност относно отговорностите на централната и местна власт за

обезпечаване и управление на предоставяните от общините публични услуги. Чрез стандартите за разходи е създаден механизъм за справедливо разпределение на финансовите ресурси за делегираните от държавата услуги между общините. Механизмът за определяне на държавните субсидии се опрости, като стана по-ясен и обективен. Налице е механизъм за определяне общия размер както на допълващата, така и на изравнителната субсидия.

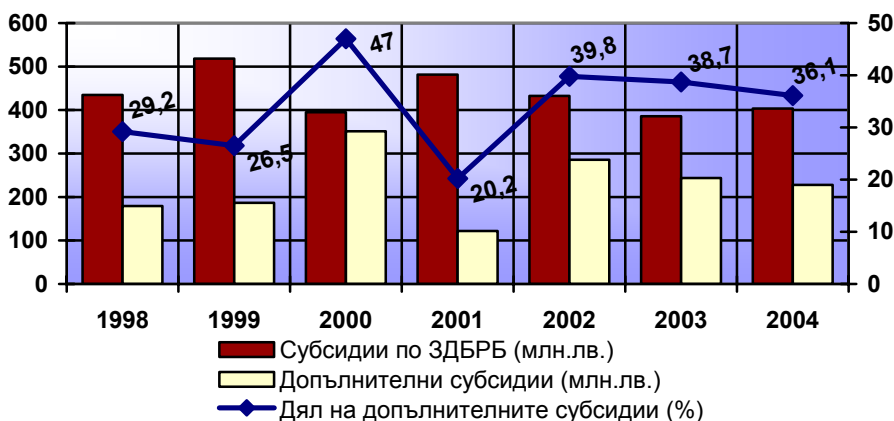
Същевременно не са решени някои основни проблеми на финансовите взаимоотношения между централната и местна власт. Въпреки че приетите разходни стандарти определят минимално равнище на финансиране на делегираните услуги, те не отчитат междуобщинските различия в разходите, както и резултатите от дейността – количеството и качеството на предоставените услуги. Друг проблем е отнемането на общинските правомощия за разпределение на държавните трансфери за делегираните дейности според местните приоритети, както и липсата на механизъм за определяне на общия размер на субсидията за капиталови разходи.

Все пак, от гледна точка на европейската практика в областта на фискалните взаимоотношения между централната и местна власт, основен проблем си остава фактът, че механизмът за формиране и разпределяне на държавните трансфери в България се урежда ежегодно със ЗДБ, което създава несигурност по отношение приходната част на общинските бюджети. Местните власти нямат

необходимата предвидимост и стабилност на приходиизточниците, която би им позволила да изградят дългосрочна стратегия за постигане на целите си. В тази връзка е абсолютно необходимо да се разработи и приеме трайна законова рамка, регулираща принципите и механизмите за предоставяне на държавни трансфери на общините

Друг съществен проблем е неточното планиране на субсидиите, продиктувано предимно от нежеланието на централната власт да се раздели с основния си подход към общините – определяне на нисък първоначален план и разпределяне на допълнителни средства по критерии, различни от утвърдените от законодателната власт. По този начин общинските бюджети остават “отворени”, като се пренебрегва обективната методика и наличните ресурси се разпределят на принципа “за всеки по малко”. Например през 2003г. освен планираният структурен недостиг за държавните дейности, водещ до увеличаване на общата допълваща субсидия от 270, 9 на 488, 3 млн. лв., значително са увеличени и останалите субсидии - изравнителната от 15, 0 на 25, 9 млн. лв. и субсидията за капиталови разходи от 100 на 116, 1 млн. лв. Според предварителните разчети през 2004г. също са разпределени допълнителни субсидии на стойност 227, 8 млн. лв. Данните показват, че през последните години разпределените допълнително ресурси надхвърлят една трета от общата сума на субсидиите, получени от общините (вж фигура 4).

Допълнително разпределени субсидии



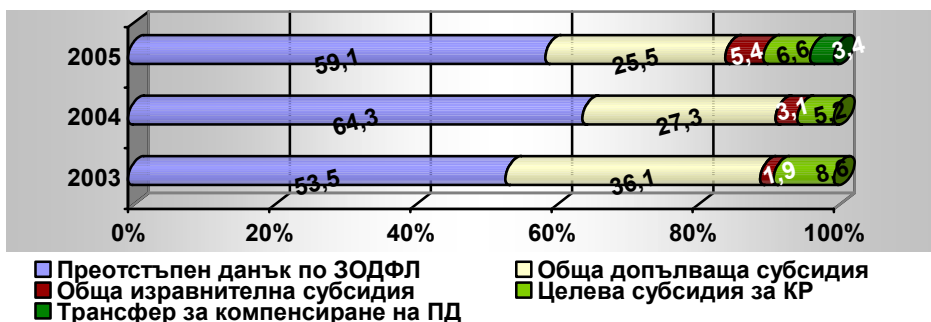
Източник: МФ, НСОРБ и собствени изчисления

Кратка назад от принципите на финансова децентрализация е фактът, че през последните години държавните трансфери, макар и формално предоставяни като общи, т. е. необвързани с начина на тяхното използване, придобиват изцяло целеви характер. Докато през 2002г. основната част от размера на държавните трансфери се предоставя на общините като безусловен приход, с възможност да ги разпределят според разходните си приоритети, след 2003г. приходите от преотстъпени данъци и общата допълваща субсидия придобиват строго целеви характер

Съгласно наличните данни, докато съотношението държавни трансфери с

общ спрямо държавни трансфери с целеви характер през 2002г. е 75% към 25%, то през 2003г. това съотношение се променя драстично на 1, 9% към 98, 1%, през 2004г. е 3, 1% към 96, 9%, а през 2005г. – 8, 8% към 91, 2%. Единствената безусловна субсидия е изравнителната, която може за бъде използвана от местната власт без никакви ограничения, също както и трансфера за компенсиране на загубите от отмяната на пътния данък, който, да се надяваме, ще има само временен характер до предоставянето на подходящ собствен приходоизточник на общините (вж фигура 5).

Структура на държавните трансфери



Източник: МФ, НСОРБ

Въпреки че в бюджета за 2005г. са предвидени държавни трансфери на обща стойност 1288, 6 млн. лв., т. е. в по-високи размери спрямо бюджета за 2004г. (1130, 7 млн. лв.), те са под стойностите, отчетени през 2003г. (1354, 2 млн. лв.) Като тенденция, държавните трансфери намаляват абсолютно и относително, което от една страна отразява редуцията в разходните отговорности на местната власт, но същевременно обуславя недостига на средства за финансиране на местните дейности в общинските бюджети. Независимо от факта, че през последните години приходите от местни източници бележат известен растеж, приходната основа на местните данъци остава доста ограничена. Ето защо голяма част от общините не разполагат с достатъчно собствени приходи за финансиране на услугите, които предоставят по собствен избор. При все че размерът на изравнителната субсидия, която има за цел да компенсира недостатъчния данъчен капацитет в част от общините и да осигури минимално равнище на местните услуги, е удвоен от 35, 1 млн. лв. през 2004г. на 70 млн. лв. през 2005г., все още се отчита като недостатъчен. Един от проблемите при изравнителната субсидия е предоставянето на малки суми на 240 общини (над 90% от всички общини в

страната), което силно намалява изравнителният ѝ ефект. Разделянето на дейностите и на финансовите отговорности за финансирането им доведе до пълно обезпечаване на делегираните дейности, в резултат на което 1, 7% дефицит в общинските бюджети се формира на базата на излишък от 1, 2% в делегираните и дефицит от 5, 3% в местните дейности. Дисбалансът в местните дейности е проблем, който заслужава сериозно внимание, защото засяга общо 211 общини (почти 80% от всички 264 общини в страната), като около 30 от тях са в особено тежко състояние и трудно биха могли да се справят сами, а 5 общини фактически са фалирали.

Същевременно натрупаните просрочия по общинските бюджети за трета поредна година се определят като рискова сфера в доклада по ЗДБ, без да се предвиждат никакви мерки за разрешаване на проблема. Просрочените задължения на общините за 2003г. са 74, 3 млн. лв., а в края на третото тримесечие на 2004г. достигат 87, 8 млн. лв. Очевидно е, че натрупването на просрочия се е превърнало в ежегодна практика, която трябва да бъде преодоляна. Необходимо е да се приемат нормативни промени, които не позволяват на общините да генерират неразплатени задължения. Възможен вариант за уреждане на

проблема е да се сключи споразумение за ликвидиране на неразплатените разходи с взаимни задължения на централната и местна власт, като се приеме програма за подпомагане на най-бедните общини. С оглед още по-ясното очертаване отговорностите на централната и местна власт е целесъобразно да се създаде система за мониторинг на разходите на общините и повишаване капацитета на общинската администрация чрез обучение.

Предпоставка за генериране на нови неразплатени разходи и през 2005г. е наличието на структурен недостиг в делегираните от държавата и местните дейности. Източник на риск е и нормативната разпоредба, по силата на която на общините се предоставят 90% от общата допълваща субсидия, като останалите 10% се отпускат само ако не се превиши утвърдения бюджетен дефицит. Тази разпоредба, както и безсмисленото ограничаване на местните правомощия за разпределение на разходите, засяга предимно най-бедните общини. Трябва да се подчертае, че въпросните 10% съвсем не са невинна сума, а възлизат на 32, 8 млн. лв., т. е. около 40% от неразплатените разходи на общините.

Един от нерешените проблеми на реформата във фискалните взаимоотношения между централната и местна власт в нашата страна е липсата на механизъм за определяне на

субсидията за капиталови разходи. Въпреки че за капиталови разходи през 2005г. в общините са предвидени 251, 7 млн. лв., което е с 64, 7 млн. лв. повече от 2004г. и почти достига дела на инвестициите в общинските бюджети от 1998г. (12, 7%), трябва да се отбележи, че размерът на субсидиите за капиталови разходи в общините е изключително непостоянна величина. Липсата на яснота и прозрачност по отношение на механизма за разпределение на капиталовите ресурси в публичния сектор, създава несигурност на местно ниво и не позволява на общините да изградят дългосрочна стратегия за реализация на общинската инвестиционна програма.

Освен това, данните сочат тенденция към намаляване дела на капиталовите разходи, финансирани посредством субсидии, като през последните две години субсидията за капиталови разходи обезпечава едва около една трета от инвестиционните разходи в общините. Буди тревога фактът, че нараства делът на продажбите при финансирането на местни инвестиционни проекти. Въпреки че през 2005г. е предвидено увеличение на субсидията за капиталови разходи с 26, 0 млн. лв. спрямо обема ѝ през 2004г., предоставения на общините ресурс с инвестиционно предназначение все още е далеч под равнищата от 2002г. и 2003г. (вж фигура 6).

Инвестиционни разходи в общинските бюджети



Източник: МФ, НСОРБ и собствени изчисления

Като източници на финансиране на капиталовите разходи в общините за 2005г. са предвидени 85 млн. лв. целева субсидия, 94, 7 млн. лв. собствени бюджетни средства и 72, 0 млн. лв. външни кредити с държавна гаранция. Предвидените ресурси осигуряват финансиране както на делегираните, така и на местните дейности, но са ограничени общинските правомощия за разпределянето на получените средства.

Също така е важно да се отбележи, че в рамките на целевата субсидия за капиталови разходи на общините е обезпечено строителството на екологични обекти с висока регионална и национална значимост, като например пречиствателни станции за отпадни води, депа за твърди битови отпадъци и др. Все пак с цел повишаване ефективността на инвестиционния процес в общините, вместо предоставяне на целева субсидия по неясни критерии, е целесъобразно да се осъществи поетапно преминаване към модел на финансиране, основаващ се на добре обосновани инвестиционни проекти. Практиката в европейските

държави е местните власти да кандидатстват за целеви субсидии на конкурентен принцип, като представят конкретни инвестиционни проекти пред единен държавен инвестиционен фонд.

Общински дълг

Дълговото финансиране на общините, макар и все още определяно като "алтернативно" или "нетрадиционно" финансиране в нашата страна, намира широко приложение в европейските страни като гъвкав и атрактивен метод за осигуряване на част от необходимите ресурси за реализиране на общинската инвестиционна програма. Дълговото финансиране позволява ускоряване на инвестиционния процес в общината и изграждане на значителна инфраструктура, непосилна за ограничените ресурси в публичния сектор. Разумното използване на дългови инструменти дава възможност на местната власт активно да управлява териториалния възпроизводствен процес, а развитието на общински капиталов пазар е предпоставка за ефективно междурегионално движение

на капитали, привличане на частен финансов ресурс в общинското икономическо развитие и трансформиране спестяванията на населението в "работещ" капитал.

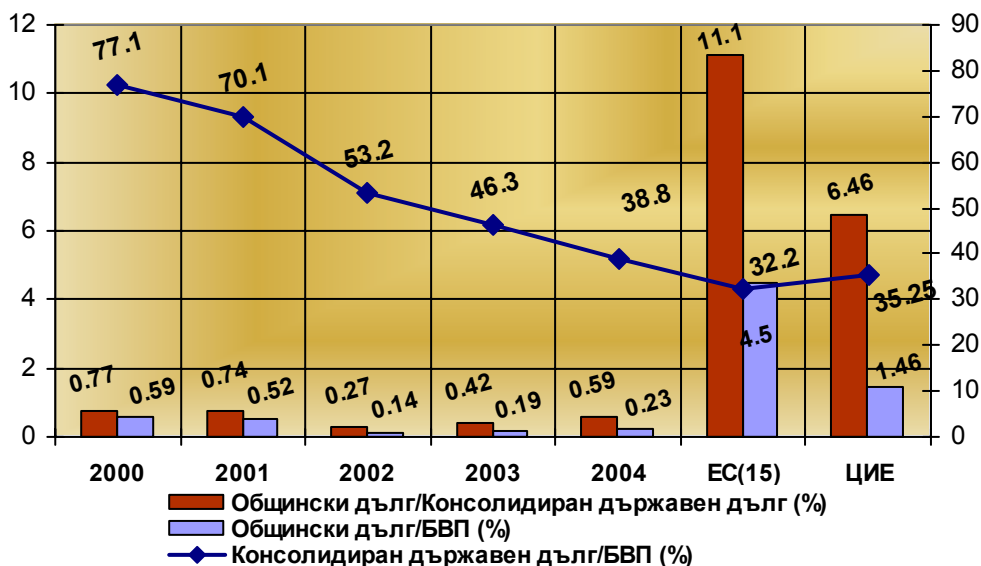
Същевременно, с цел минимизиране на рисковете при ползване на кредитни ресурси от общините е препоръчително да се регламентира нормативно т. нар. "златно правило" на фискалния федерализъм, позволяващо дългово финансиране на инвестиционните проекти, но не допускащо използването му за текущи цели, което от своя страна изисква ясно разграничаване между оперативния и капиталовия бюджет на местната власт – принцип, който все още не се прилага в България.

Дълговите инструменти, достъпни за българските общини са облигационна

емисия, кредити от банки и други финансови институции, както и заемане на публични ресурси от републиканския бюджет, бюджетите на други общини и извънбюджетните фондове. Въпреки предоставеното от закона право за поемане на общински дълг с цел обезпечаване на инвестиционни програми и проекти, финансиране на временен недостиг на средства за местни дейности и рефинансиране на непогасен дълг, привлечените средства формират едва 1-2% от приходите в общинските бюджети, докато в европейските страни относителният дял на тези финансови ресурси е поне три пъти по-голям и достига средно равнище от около 5, 6% (вж фигура 7).

Фигура 7

Дългови съотношения в публичния сектор за периода 2000 - 2004 г.



Източник: МФ и собствени изчисления на автора

Забележка: Дълговите индикатори за ЦИЕ обхващат данни за Чехия, Полша, Словакия и Унгария

Трябва да се отчете факта, че до известна степен възможността за ползване на заеми от местната власт е ограничена от сравнително високата

задлъжнялост на страната ни. Понеже дефицитът и дългът по общинските бюджети са част от дефицита и дълга на консолидирания държавен бюджет, с

оглед на предстоящата интеграция към ЕС е целесъобразно съблюдаването на конвергентните критерии, ограничаващи равнището на дефицита до 3%, а равнището на дълга – до 60% от БВП.

С цел предотвратяване на прекомерната задлъжнялост, размерът на консолидирания държавен дълг в нашата страна е ограничен нормативно до 60% от БВП, като правителството има право да предложи ограничения на общинския дълг в случай че регламентираното съотношение бъде нарушено. (ЗДД, чл. 10 и чл. 11) В момента подобна опасност не съществува – по последни данни пропорцията консолидиран държавен дълг към БВП се движи в посока редуциране от над 105% през 1997г. до 77, 1% през 2000г., към стойности от 70, 1%, 53, 2% и 46, 3% съответно през 2001г., 2002г. и 2003г., за да достигне 38, 8% в края на 2004г. – равнище, съпоставимо с това в страните от ЕС (15) и региона на ЦИЕ. Същевременно съотношението общински дълг към БВП в нашата страна е изключително ниско, въпреки че показва тенденция за постепенно увеличение от 0, 14% през 2002г. до 0, 19% през 2003г. и 0, 23% към края на 2004г. За сравнение средната стойност на този дългов индикатор е 1, 46% в страните от ЦИЕ и над 4, 5% в ЕС (15).

Общинският дълг е също така пренебрежимо малък в сравнение с общия дълг на публичния сектор, като формира съответно 0, 27% (2002г.), 0, 42% (2003г.) и 0, 59% (2004г.) от консолидирания държавен дълг. Дори в бившите соцстрани от региона на ЦИЕ общинският дълг надхвърля 6% от публичния дълг, въпреки че е значително под средното равнище от 11, 1%, регистрирано в страните от ЕС (15).

Ограниченото използване на кредитни ресурси от българските общини се дължи на няколко съществени причини. На първо място е недостатъчният контрол върху местните приходи, което ограничава способността на българските

общини да привличат капитали. Световната практика показва, че местните власти получават по-лесно заеми, когато собствените приходи от местни данъци и такси формират значителен дял в приходната част на общинските бюджети, което се разглежда като предпоставка за гладко обслужване на общинския дълг и намалява риска в очите на кредиторите. Собствените приходи, върху които българските общини упражняват известна степен на контрол, формират реално не повече от 17-18% от общите бюджетни приходи. В сравнение със западноевропейските държави или дори със страните от Централна Европа, където тези показатели имат стойности съответно 45, 9% и 25%, това е почти на границата на санитарния минимум.

Друг проблем е липсата на подходяща законова рамка. Нормативната регламентация на общинското дългово финансиране доскоро беше разпръсната в множество закони, които си противоречаха и налагаха ограничения по начин, който не насърчаваше ползването на кредитни ресурси. Позитивна крачка в тази насока е приемането на специален закон, който третира проблематиката на общинския дълг, но необходимостта от преодоляването на нагласите за “дефанзивно” бюджетиране, запазва своето значение и си остава тема, по която трябва да се работи обосновано и разумно.

Немаловажен проблем е и неразвения капиталов пазар - фактор, който затруднява пласмента на общински дългови инструменти, като ниската степен на ликвидност намалява атрактивността им за инвеститорите. Фундаментална предпоставка, както за развитието на общински кредитен пазар, така и за успешното емитиране и ефективното управление на общинския дълг, е необходимостта от разработване на национална система за присъждане кредитен рейтинг на общините.

Изводи и препоръки

✦ Степента на фискална децентрализация в България е ниска. Делът на общинските разходи в КДБ се движи в границите 13-14%, а посредством местните бюджети се преразпределя не повече от 5-6% от БВП. Средните равнища на тези показатели в европейските държави превишават двукратно посочените стойности;

✦ Основните параметри на приходната част на местните бюджети в България са съпоставими с преобладаващия европейски модел. Собствените приходи на общините нарастват както абсолютно, така и относително, като през последните години делът им надхвърля една трета от общата сума на приходите в местните бюджети;

✦ Намаляват приходите от местни данъци в общинските бюджети. С цел засилване финансовата автономност на местната власт е необходимо разширяване на местната данъчна база, посредством осъвременяване облагаемата основа на данъка върху недвижимите имоти, което ще доведе до увеличаване и на приходите от други местни данъци, ползващи същата данъчна основа или регламентиране на нови приходиизточници за местните бюджети;

✦ Местната власт не разполага с реална данъчна автономност. Според класификацията на ОИСР местните данъци в България са вид специфичен трансфер. Необходимо е постепенно предоставяне на данъчни компетенции на общините, като се осигури нужния период на адаптация, мониторинг и стъпково въвеждане на новите правомощия, с цел изглаждане на механизмите, отработване на практиките и обучаване на персонала;

✦ Предотвратяване безогледното прилагане на разходно-покривния принцип при определяне размера на общинските такси и регламентиране на някои изключения за постигане на

екологични, образователни или социални цели;

✦ Преразглеждане на приетите разходни стандарти и тяхното усъвършенстване с цел отчитане на междуобщинските различия в разходите, както и резултатите от дейността – количеството и качеството на предоставяните услуги;

✦ Разработване и приемане на трайна законова рамка, регламентираща принципите и механизмите за предоставяне на държавни трансфери на общините. Ликвидиране на възможността за пренебрегване на обективната методика и разпределяне на допълнителни субсидии в течение на бюджетната година;

✦ Разработване на механизъм за определяне на общия размер на субсидията за капиталови разходи. Поетапно преминаване към модел на финансиране, основаващ се на добре обосновани инвестиционни проекти, с които общините кандидатстват за целеви субсидии, на конкурентен принцип, пред единен държавен инвестиционен фонд;

✦ Приемане на нормативни промени, които не позволяват на общините да генерират неразплатени задължения. Сключване на споразумение за ликвидиране на неразплатените разходи с взаимни задължения на централната и местна власт, разработване и приемане на програма за подпомагане на най-бедните общини. Създаване на система за мониторинг на общинските разходи и повишаване капацитета на общинската администрация;

✦ Разработване на механизъм за разграничаване на оперативния и капиталовия бюджет на местните власти;

✦ Стимулиране развитието на общински кредитен пазар чрез пълно използване на възможностите, които предоставя новоприетия Закон за общинския дълг, преодоляване нагласите за "дефанзивно" бюджетиране, разработване на национална система за присъждане

кредитен рейтинг на общините и регламентиране на подходящи данъчни преференции за инвеститорите.

В заключение може да се каже, че структурата на общинските приходи все повече се доближава до модела на европейските държави и съответно – до целите на реформата. В този смисъл изложените коментари и препоръки определят общата рамка на такава организация на местните финанси, която да доведе до прилагането в България на основните европейски принципи на местното самоуправление – децентрализацията и субсидиарността.

Прилагането на стъпкова програма за финансова децентрализация, съчетана с постоянен мониторинг, обучение по успешни бюджетни практики и строга финансова дисциплина са абсолютно необходими за укрепване потенциала на общините в сферата на финансовото управление, разширяване на местната приходна база и максимална степен на автономност при определяне на характера и съдържанието на общинските услуги, както и за създаването на условия за ефективен контрол от страна на гражданското общество.

ЛИТЕРАТУРА

Европейска харта за местното самоуправление, Страсбург, 15. 10. 1985г.
Закон за местните данъци и такси, обн. ДВ, бр. 117/1997г., посл. изм. и доп. ДВ, бр. 106/2004г.
Закон за общинските бюджети, обн. ДВ, бр. 33/1998г., посл. изм. и доп. бр. 107/2003г.
Закон за държавния дълг, обн. ДВ, бр. 93/01. 10. 2002г.
Статистика на министерството на финансите, www.minfin.bg
Финансова база данни на НСОПБ, www.namrb.org
OECD, Fiscal Decentralization in EU Applicant States and Selected EU Member States, Paris, 2002
CLRAE, The Financial Resources of Local Authorities in Relation of Their Responsibilities, Strasbourg, 2004

гл. ас. ЕЛЕНА СТАВРОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРСКАТА БАНКОВА СИСТЕМА В
РАМКИТЕ НА ГЛОБАЛНИЯ ЕВРОПЕЙСКИ ФИНАНСОВ ПАЗАР**

**PERSPECTIVE IN DEVELOPMENT TO BULGARIAN BANK SYSTEM IN EUROPEAN
GLOBALISED FINANCIAL MARKET**

Chief Ass. Prof. ELENA STAVROVA

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: In recent year many banking systems in emerging market countries have experienced a deep transformation under the pressure in internationalisation, liberalisation uncreased openness to international capital flows and technological and financial inovation.

As several emerging market countries gradually open their banking market to foreign bank the opostion areas whether this process will help stabilize the banking system during time of economic futuries.

Key words: emerging market banks, foreign banks, transnational banks, bank performans.

Способност на едрия банков капитал е инстинктивно да открива правно-икономически среди, осигуряващи комфортен бизнес и удовлетворителна печалба. Навлизането на чужд банков капитал чрез банкови дъщерни дружества е утвърдена бизнес стратегия на международните кредитни институции в европейското финансово пространство.

Успешната банкова реформа сама по себе си не означава развит банков сектор. За банкова реформа може да се говори след трансформиране собствеността върху държавните банки, либерализация на пазара по отношение на кредити и определянето на лихвения процент, създаване на адекватна регулаторна и надзорна рамка. След продажбата и на ТБ "ДСК"-АД собствеността на международно дислоцирани финансови институции българската банкова система ще надвиши

90%. Влиянието на този процес е изключително позитивен за националната икономика поради засилване на конкуренцията на банковия пазар, предлагането на разнообразни банкови услуги, възприемчиви от клиентките среди.

Либерализацията на движението на парични потоци като позиция на международните финансови институции търси кардинални изменения в относително кратки времеви периоди. Докато до средата на 70-те години валутният контрол се разглежда като пълноправен инструмент на макроикономическата политика, то след това се предприемат активни крачки за либерализация движението на капиталови потоци, основните предпоставки за което са :

1. Преоценка целите и принципите на парично-кредитната политика.

2. Ръст на негативните тенденции, свързани с валутния контрол в реалния сектор на икономиката.

3. Развитие на финансова система и ожесточена конкуренция на капиталовите пазари.

4. Намаляване ефективността на валутния контрол поради разширяване гамата от финансови инструменти, развитие на интеграционните процеси и ръст на сивата икономика.

5. Достигане равнище на развитие при което преимуществата на либерализацията на капиталовите потоци значително превишават съпътстващите рискове.

Подкрепа на процеса на либерализация на страните в преход бе оказана от международните финансови институции през периода 1995-97 година стартираше по-рано с навлизането на

чуждестранен банков капитал с нови дъщерни дружества или изкупуването активите на вече съществуващи банки, с тяхната институализация (вж фигура 1).

Фигура № 1



Приетата идея за либерализация на капиталовите потоци способства за повишаване ефективността на иновациите, ускоряване икономическото развитие, ръст на конкуренцията и редица други преимущества.

Заедно с това се има предвид, че свободното движение на капитали повишава вероятността от валутни и финансови кризи, както в мащабите на всяка национална икономика, но и в световен икономически мащаб, финансовата криза в Югоизточна Азия премести центъра на тежестта при оценка на либерализацията с очевидните преимущества на тази стъпка и свързаните с това опасности. Изпълнението на необходимите условия при осъществяване процеса на

либерализация на финансовите потоци се е говорело и преди това. Докато тази страна на проблема не бъде напълно изяснена като предпоставка следва да се имат предвид и се съчетават общи положения - макроикономическа стабилност, достатъчна равнинна капитализация на банковата система, ефективна институционална система и т. н.

РОЛЯ И МЯСТО НА ТРАНСНАЦИОНАЛНИТЕ БАНКИ

Терминът "транснационални" по отношение на корпорации е използван от Д. Лилтами по отношение на корпорации, реализиращи търговски операции както на една страна, така и в рамките и по на законодателството на други страни и могат за инвестират в преки (чрез

участие в управлението) или в портфейлни инвестиции (само чрез финансова помощ и получаване на дивиденди).

Съгласно логиката на пазарните сили в ранния си етап на израстване банките разширяват пазарния си дял чрез сливане и поглъщане, постигайки концентрация на капитала, а когато това стане невъзможно (пазарът е разделен между двама или три олигополи, е необходимо банките да инвестират известна част от печалбата си извън националните граници, което довежда в аналогична ситуация глобалния финансов пазар.

Преимствата, които получават в конкурентната борба транснационалните банки могат да бъдат формулирани по следния начин:

1. Получават значително облекчен достъп до кредитен ресурс, а в критични времена и правителствена подкрепа.

2. Продуктовата структура на банката се определя в параметрите на пространствено най-широк пазар, на който се проявява среднопретеглен ефект върху колебанията на конюктурата. С мултивалутните кредити (избор на валута на кредита) и мултиопционни кредитни линии опитът натрупан в предоставянето на кредитни линии става отражение на пътищата за усъвършенстване дейността на българската банкова индустрия. За такава кредитиране, обаче, е необходима финансова инфраструктура, която да гарантира ясно пазара на банкови продукти. Намирането на продуктова ниша, където да заемат лидерски позиции е една от възможностите на транснационалните банки у нас. Например, обслужването на физически лица, за което е необходимо изграждането на клонова мрежа и е свързано с много разходи.

3. Съществуват възможности за диверсификация на продуктивния портфейл за отчитане на регионални, природни, икономически, политически параметри на средата. Това дава

възможност фирмите да осъществяват гъвкаво управление - да получават кредитни линии чрез дъщерни дружества, които имат най-добри условия от гледна точка на ценови параметри по кредитния договор, конкурентна среда, данъчно облагане.

4. Постигат се икономии от транзакционни операции.

5. Дава се възможност за изграждане на организационни структури (филиали) в регионите с ниска цена на ресурса и с по-висока норма на печалба и кредитно посредничество. Разликата между лихвата на привлечените средства и кредитите надхвърля 10%, а възвращаемостта на капитала след облагане надхвърля 25%.

Английският икономист Пенроуз нарича "икономия от ръста" икономии от мащабите на дейността, обусловени от динамичните параметри на фирмата, която разполага с нови, невключени до сега сегменти на финансовия пазар. Икономията от използването им стимулира дейността на банката под влиянието на продуктивния ѝ профил.

Икономията от транзакционни разходи е свързана с осъществяването на пазарни договорни взаимоотношения и те се възстановят дотогава до когато се осъществява движение на ресурс от една структурно изградена финансова единица в друга, т. е. има място за транзакция - сделка, операция, контракт, договор. Транзакционните разходи задвижват функционално пазарния механизъм, а съкращаването им се осъществява чрез вертикална интеграция, диверсификация и глобализация.

Транснационалните банки могат да увеличат своите печалби, ограничавайки конкуренцията в различните ѝ варианти. Р. Върнън (Vernon, 1979) се основава на модела на жизнения цикъл на продукта и това, че на началния стадий на продукта обемът на производство се увеличава пропорционално на размера на търсенето на пазара. С настъпване края на жизнения цикъл неговото предлагане

се прекратява и банката е принудена на търси нови пазари за реализация на продуктите и разработването на нови със сходни, но подобрени качества. Паралелно с разширяване на географията на предлагане се осъществява и процес на приспособяване технологията на предлагане към местните условия за осъществяване на банков бизнес.

Глобалната стратегия на транснационалните банки намира израз в систематичното прибавяне на нови задгранични дъщерни дружества или филиали, ползващи технологии за предлагане на продукти, създадени в банката - майка, като филиалите обезпечават предлагането на втори, трети и следващи етапи на живот ((Миронов, 1981). Разбира се, на новите филиали и клонове не бива да се гледа като на съвършено независими предприятия, а като на елемент от общата финансова система, функционираща в световен мащаб и също толкова ориентирани към достигане на глобални и локални цели, със също толкова свой уникален принос в общия корпоративен бизнес.

Съгласно теорията на английският икономист Дж. Данинг (Dunning, 1997) може да се твърди, че международният ръст на транснационалния бизнес се основава на три групи фактори:

а) преимущества на собствеността. Според него активите на бизнесединиците се делят на две части:

- видими - физически капитал, пари;
- невидими - банкови технологии, управленски технологии, имидж, маркетингов опит.

Именно невидимите активи обуславят конкурентните преимущества на дъщерните представителства на чужди банки. В тази група фактори се отнасят и преимуществата на единното управление (икономия на мащаба, общи разходи, облекчен достъп до международните финансови пазари, способност за използване географските

разлики в цените на финансовите ресурси.

Дъщерната банка, независимо в коя част на глобалният пазар се намира, се свързва с банката майка със съвременни информационни връзки, ползват се общи софтуерни продукти и специфични Интернет технологии за обслужването на клиенти. Този начин за навлизане на банково ноу-хау повишава възможностите за ползване от клиентите на модерни банкови продукти, а също така и временно-пребиваващи в страната граждани да могат да ползват същите банкови услуги, както в страната, откъдето идват.

Зоната на влияние на транснационалната банка зависи и от типа пазар на който функционира. Монополът на банковия пазар може да бъде установен следствие на действието върху него на ограничен брой системообразуващи банки, подкрепяни по някакъв начин от държавата или следствие на заето доминиращо положение на пазара, което позволява да се влияе върху общото ниво на предлаганите услуги. По този начин транснационалните банки, придобиват така ролята на ценови лидер.

б) преимущества на дислокацията, определени от райони, където банките печелят конкурентни предимства на база увеличените размери на пазара, параметри на финансовите ресурси, разбитост на инфраструктура, климат и политически риск.

М. Суоминен (Suominen, 1994) достига до извода, че банките могат да неутрализират конкурентния натиск чрез излизане на относително нов пазар. Тъй като ограниченията на държавното регулиране прави конкуренцията още по-интензивна, това предизвиква концентрацията на банков капитал чрез банкови сливания и поглъщания.

Съвременна тенденция в транснационалното банкиране е маркетинговата им политика да бъде насочена не само към привличане, но и към инвестиране на средства.

Транснационалните банки съпровождат своите глобални клиенти от една страна в друга. Такива компании спазват строга финансова политика и предпочитат обслужването на крупни международни банки. Стратегията е все повече банки да увеличават своя пазарен дял, който не е свързан с акционерите. кризисните ситуации обаче са превърнали много от банките в част от многоотраслови промишлено-финансови холдинги.

в) преимущества на интернационализацията, свързани с получаването на най-високите и дългосрочни печалби посредством самостоятелна дейност на трансграничен пазар (мажоритарни и контролирани дъщерни дружества) в сравнение с местни представителства.

Мажоритарните филиали създават предпоставки транснационалните банки да провеждат решително своя икономическа, финансова и кадрова политика, формирайки собствена печалба. Дъщерните банки, бидейки съставна част от единна икономическа система и съблюдавайки фирмена стратегия и политика, функционират неизолирано, а в пряка и обратна връзка с банката-майка. Характерът на тази връзка се определя преди всичко от традициите и относителният дял на дъщерната банка в структурата на банката.

Едновременният анализ на съвкупността от фактори за конкретните страни и съответните преимущества в рамките на оповестената по-горе парадигма осигурява възможност за намиране от транснационалните банки на адекватно ниво на интернационализация на своята дейност на българският банков пазар. Задграничните модели не винаги може да се приемат автоматично. Така например сега бележещото ръст предоставяне услуги на дребно, доброто обслужване на юридически лица, достигане на европейски параметри, например в гарантирането на влогове в

банки, в недостатъчно застъпеното ИНТЕРНЕТ-банкиране.

От казаното по-горе следва, че икономически ръст и повишаване рентабилността се постига чрез прилагането на нови банкови технологии, нови финансови решения, съвременни банкови продукти и високи стандарти за провеждане на бизнеса в дейността на транснационалните банки на финансовият пазар в България. Транснационалните банки у нас държат особено на имиджа си и затова работят изключително с легалния сектор на икономиката, т. е. с работещи в рамките на закона фирми, плащащи всички данъци и отчисления. Това им осигурява и възможност за участие в конкурентната борба за разпределение на пазарните ниши на банковия пазар, както и за елиминиране на риска от участие в операции по легализиране на средства от неустановен или забранен от закона източник.

Всяко изследване на условията за извършване на транснационален банков бизнес би било непълно без анализ на дейността на наднационалните институции, осъществяващи правното хармонизиране на този вид бизнес. Първата финансова институция в този аспект - Банката за международен сетълмент съдейства за ревизиране стандартите за капиталова адекватност. Това е проблем изключително важен за устойчивостта на банковата индустрия; Международният валутен фонд като регулатор на глобалната банкова мрежа по отношение обменните курсове, функционирането на капиталовите пазари и платежни механизми, разумен баланс в съотношението "международни движения на капитал - опазване на банковата тайна" предварително тестване и одобрение на финансови продукти; Световната банка чрез реформиране на специфични икономически сектори като условие за кредитиране. Най-добра среда за регулативна хармонизация, обаче се осигурява чрез инициативите на

икономическата интеграция в рамките, например, на Европейския съюз, чрез въвеждане на единна валута и учредяване на Европейска централна банка.

От най-решаващо значение е, интересът на самите банки в областта на защитата на депозитите, за осигуряване на равнопоставена оперативна среда въпреки ожесточената конкуренция (Грозев, 2002).

Най-значителен е делът на транснационалните банки у нас в кредитиране на външноикономическите обороти. Това позволява пълно използване на сравнителните преимущества и подпомагане на по-нататъшната интеграция на България в световната икономика.

Анализът на актуалното състояние на българската банкова система показва

конюнктура на засилена конкуренция. Увеличените параметри на кредитния ресурс за сметка на изтеглените от чужбина депозити (поради много ниските лихви на международните финансови пазари) предизвиква сериозни размествания в позициите на банките на финансовия пазар. Безспорните фаворити отстъпват на банки, представляващи клонове на чужди банки поради насочването към неусвоената пазарна ниша на потребителското кредитиране. Групирането от Централната банка на банките по балансово число се оказва неадекватно на пазарната ситуация. Пазарната позиция се явява обективен показател, отразяващ динамичните тенденции в банковата система, степента на адаптивност на банките към засилената конкуренция на финансовия пазар.

ЛИТЕРАТУРА

Грозев, Р. 2002. Юридическо регулиране дейността на чуждите банки в България, С.

Миронов, А., 1981. Концепции развития транснациональных корпораций, М.

Dunning, J. 1997. Alliance Capitalism and Global Business, London

Suominen, M. 1994. Measuring competition in banking] - aa two-produkt modal/Skand. Of economics\ - Stokholm, Vol. 1-C, 95-110.

Vernon. K. 1979. The produkt Cycle Hypothestis in a Neu International Enviroment Oxford. Buiietin of Economics and Statisstics

ВАЛЕНТИН БОШКИЛОВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

БАЗЕЛ II – ПОВЕЧЕ СИГУРНОСТ ПРИ РАЗНООБРАЗНИ ПАЗАРНИ УСЛОВИЯ

BASEL II – More Security at Varied Market Conditions

VALENTIN BOSHKILOV

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The importance and complexity of the new international agreement for the capital – Basel II and its requirements, as well as the necessity of harmonization in the standards and practice of the credit institutions with these in Europe, imply fostering the collaboration between the bank supervisory body and commercial banks, intended to achieve better results, flexibility, and security.

Key words: banks, capital, capital adequacy, credit risk

ВЪВЕДЕНИЕ

Съвременният банков бизнес се характеризира с изключителна динамика, която се дължи на високата конкуренция. Натискът на многобройните участници на финансовите пазари от една страна, свободното движение на капиталите и засилващите се глобални измерения на съревнованието, от друга, кара банките да "изцеждат" всяко предимство, което им дават съвременните компютърни технологии, информационните системи и модели.

Напрежението за кредитните посредници се увеличава и от банковото регулиране, което в сравнение с другите финансови сектори е най-развито и комплексно. Високото равнище на регулиране ограничава поетите рискове, но паралелно с това намалява маневреността на банките и техните печалби.

Ето защо в дневния ред на банките среди винаги е стоял въпросът: как регулирането да постигне своите цели, без излишно да ограничава банките и да притиска тяхната ефективност. Започналият през последните десетилетия на миналия век траен конкурентен натиск от други финансови институции прави банките много чувствителни към прекомерно рамкиране, намаляващо потенциала им за противостоене (Миланова, 2004).

Целта на изложения материал е да се осъзнае и приеме предизвикателството от прилагането на новото споразумение за капитала Базел II, в предвид динамично развиващото се кредитиране от страна на търговските банки. Това споразумение ще внесе принципно нови правила и изисквания, които ще доведат до едно регулиране и ограничаване на кредитния риск, а от там и на цялата банкова система въобще.

Именно важността и сложността на изискванията на новото международно споразумение за капитала, необходимостта от хармонизиране на стандартите и практиката в дейността на кредитните институции и надзора у нас с тези на Европа, налага в процеса на подготовка и тяхното бъдещо прилагане, между банковия надзор и търговските банки да бъде постигнат по-висока степен на сътрудничество и единодействие, с цел постигане на по-добри резултати.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

България е в процес на присъединяване към Европейския съюз. "Много е важно – обосновава Р. Георгиев – с какъв лев ще влезем в Европейския съюз – реален, но силен лев, подкрепен с експортен потенциал, или вързан и камуфлажен, който при присъединяването ни към Европейския валутен механизъм би довел до

взривоопасна инфлация” (Георгиев, 2004).

Дори консервативно общество като банковото, понякога бива разтърсвано от революционни промени, предизвикани от особени обстоятелства. И българските кредитни и финансови институции искат или не, ще трябва да преживеят стреса от тях при влизането на страната ни в Европейския съюз. Това няма как да им се размине, защото това гласи новия международен стандарт за отчитане на рисковете, а именно Базел II. Новият стандарт ще въведе изцяло нови методи за определянето на различните видове рискове, на които са изложени банките, което ще ги принуди чувствително да увеличат капиталите си.

Още в края на 90-те години стана ясно сред редица водещи банки и надзорници, че е необходимо едно ново споразумение. Необходимо бе да се направи нещо повече от обикновена ревизия на минималните изисквания за капитал. Така водещи международно активни финансови институции и централни банки стигнаха до убеждението да бъдат признати и разпространени най-съвременните достижения и практики в управлението на риска в банковото дело. Това ново разбиране няма за цел да снижи необходимия капитал в банките, а по-скоро да повиши стабилността на глобализираната вече финансова система – цел, от която ще спечелят не само банките, но много повече бизнесът и потребителите.

Внедряването на новото капиталово споразумение Базел II представлява най-интензивният и голям ремонт, който банковият сектор е виждал от години. Сега именно е време разделно за банките, защото финансовите институции ще използват една значителна част от бюджетите си за информационно-технологично обновление и бизнес-операции, за да покрият изискванията на Базел II през следващите от 4 до 6 години.

Базел II е ново споразумение, което Базелския комитет по банков надзор към Банката за международни разплащания обсъди и прие в края на 2004 г. Намеренията са то да започне да се прилага през януари 2007 г. Споразумението ще замени действащия в момента Базел I, приет през 1988 г. Целта на документа е да се повиши чувствителността към риска на банковата система в световен мащаб, в това число и на българските банки. За разлика от предишните години, когато делът на кредитите в активите на банките бе едва 22%, сега те са вече над 50% и това предполага, че управлението на кредитния риск би трябвало да е първостепенен приоритет.

Базел II ще задължи банките да определят по изцяло нов начин капиталовата си адекватност. Това е основният параметър, който е гаранция за “здравето” на една банка, тъй като показва степента на покритие на поетите от нея рискове със собствени средства на финансовата институция. Досегашният принцип принуждаваше банките да поддържат определени нива на капитал, с които да покриват рисковете към отделните групи кредитополучатели, групирани по отделни критерии, според техните рискови тегла. Този подход не отчиташе спецификата на отделните кредитополучатели, което водеше до изкривяване на оценката за риска. Новият подход Базел II има претенциите да е по-гъвкав от досега действащият Базел I, защото предвижда въвеждането на рисково тегло съобразно оценката на всеки отделен контрагент.

Рисковото претегляне на активите ще става с помощта на два подхода – стандартизиран и базиран на вътрешните рейтинги, между които банките ще могат да избират. Изборът на подход няма да е статичен, т. е. изведнъж избрали един от двата метода, банките ще имат опцията да преминат към по-усъвършенстван метод на оценка.

Като кандидат за членство в Европейския съюз България ще трябва да въведе стандартите на Базел II към датата на присъединяването си към ЕС, т. е. евентуално от 1 януари 2007 г. и банките ще трябва да се съобразят с решението на централите си по отношение на прилагането на Базел II. Повечето от тях ще стартират със стандартизирания подход и впоследствие ще минат на по-усъвършенствания. Малките банки няма да разполагат с необходимите инвестиции, поради което ще останат на стандартизирания подход. По своята същност той не се различава съществено от сегашните правила, но съдържа повишена чувствителност към риска.

Основното в обновения подход е, че оценката на риска трябва да се базира на присъдените от външните агенции рейтинги на кредитополучателите, като рисковите тегла ще варират от 0% до 150%. При този подход кредитополучателите, които не са рейтинговани, ще получават 100% рисково тегло. Това означава, че всеки кредит за фирма, която не разполага с присъден външен рейтинг, ще бъде отчитан като високорискова експозиция.

Тепърва предстои изготвянето на окончателни критерии и одобряването от БНБ на агенции, които ще имат право да обслужват банките по новото споразумение, както и включването им в специален, одобряван от Централната банка списък. Базел II отваря широка бизнес ниша за агенциите, които ще се занимават с оценка на платежоспособността на фирмите. Изискванията към външните агенции са много високи и в началото най-вероятно ще се класират само чуждестранни компании, които все още нямат присъствие на българския пазар. Това е вярно, но само донякъде, тъй като с течение на времето ще се даде възможност на банките да изградят собствени системи за определяне на рейтингите на фирмите. Те обаче трябва

да бъдат одобрени от местните надзорни институции, а в България това е БНБ и както казахме изискванията ще бъдат много високи. Проблемът е, че тези системи за оценка на риска, изградени от банките, изискват въвеждането на скъпи компютърни технологии за всекидневна обработка и анализ на огромно количество данни. Някои български банки вече инвестираха големи суми в обновяването на информационните си системи, други тепърва ще инвестират. По-лесно обаче с предизвикателството ще се справят по-големите и стабилни финансови институции, а по-малките банки определено ще изпитат затруднения, поради факта, че не разполагат с достатъчно средства за инвестиции в модерни информационни системи и технологии. Колкото до индивидуалните фирмени рейтинги, едва ли ще има много български фирми, които да могат да си ги позволят, защото процедурата струва минимум 50 000 евро.

По отношение на капиталовата адекватност е много важно банките както да съумяват да управляват добре риска, така и да поддържат адекватни нива на капитал. Тогава именно целият банков сектор ще бъде по-гъвкав и издръжлив, по-малко податлив на цикличността в икономиката и по-способен да изпълнява ролята на източник за устойчив растеж. Ако запазят сегашните си равнища на собствен капитал, повечето от българските банки ще могат да спазват европейските изисквания за капиталова адекватност. Може да се очаква известно намаление спрямо сега отчитаните стойности в рамките на 1-2% в зависимост от начина, по който банките ще реструктурират активите си. В момента банките поддържат капиталова адекватност в рамките на 15-20% при изисквани от БНБ минимум 12%. В Европейския съюз изискването е минимум 8% капиталова адекватност. Очаква се изискването за капиталова адекватност на българските и европейските банки да бъде уеднаквено

през 2007 г. Дотогава то ще се запази в рамките на сегашните 12%.

Според изискванията на Базел II и уточнените до момента параметри на този международен стандарт, банките ще бъдат принудени освен досегашните рискове – кредитен, ликвиден и пазарен, да отчитат още един – оперативния риск. Той ще измерва опасността банките да понесат загуби вследствие на обир, измама или срив в информационните им системи. Още не е напълно ясно как ще става това, но според експерти от банков надзор ще се въведе специален рисков коефициент върху приходите на кредитните институции (обсъждат се нива около 0, 12%). Този рисков коефициент ще се прибавя към общия рисков компонент и ще влияе при изчисляването на капиталовата база (Събева, 2004).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение можем да кажем, че новите изисквания за капиталова адекватност ще са най-голямото предизвикателство пред българските банки и те трябва да започнат да се готвят още отсега за прилагането на окончателните параметри на Базел II, каквито и да са те. Новите правила ще станат задължителни от 2007 г. и ще бъдат много по-различни от сегашните.

Избраната тема е доста навременна и за в бъдеще ще бъде особено актуална, заемайки все по-голяма част от вниманието на банковата общност. Без съмнение предстои един труден път и решаването на множество сложни задачи пред банковия сектор в светлината на новите световни и европейски банкови регламенти

ЛИТЕРАТУРА

Георгиев, Р. 2004. Паричната политика като изкуство на баланса, издателство на Съюза за стопанска инициатива, С.

Миланова, Е. 2004. Подготовката и отражението на новото споразумение за капитала върху банковата система в България". Доклад пред пролетната среща на АТБ, Пловдив

Събева, Я. 2004. Базел II – по-малко рискове, повече капитал, в. "Капитал", 6 – 14 май, С.

**проф- д-р ВАСИЛ ПЕХЛИВАНОВ, доц. д-р РАЯ МАДГЕРОВА,
гл. ас. РАЙНА ДИМИТРОВА**
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ”, гр. БЛАГОЕВГРАД

**ПРОБЛЕМИ И УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ ЗА УСТОЙЧИВ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС
НА ТЕРИТОРИЯТА НА НП “РИЛА”**

PROBLEMS AND MANAGING DECISIONS FOR STEADY TOURIST BUSINESS ON THE
TERRITORY OF THE NATONAL PARK “RILA”

*Prof. Dr. VASIL PEHLIVANOV, Assoc. Prof. Dr. RAYA MADGEROVA,
Chief Ass. Prof. RAYNA DIMITROVA*
SOUTHWESTERN UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: The purpose of this work is to present the results from a study of the possibilities for the tourist business in the sphere of the alternative tourism on the territory of the National park “RILA” and on this base to deduce some of the problems and the managing decisions for its steady development. Inquiry customers’ data of the products of the alternative tourism on the territory of the park is analyzed, as well as the attitude of the local population to the tourist business in the region. On the base of these analyses are detached the main groups of problems araised out of the development of the alternative tourism – marketing problems; business training of the local population; financing of the activity; state and institutional support. Possible managing decisions are enunciated.
Key words: problems, managing decisions, steady tourist business, alternative tourism.

ВЪВЕДЕНИЕ

Съществен проблем на настоящия етап е осигуряването на възможности за нарастване на трудовата заетост и повишаване доходите на населението от изоставащите в икономическо отношение райони на страната. Важно значение за решаването на този проблем има създаването на необходимите условия за изява на дребното предприемачество в сферата на алтернативния туризъм. Известно е, че именно някои от разновидностите на алтернативния туризъм, като екотуризма, селския и аграрния туризъм, се свързват непосредствено с т. нар. устойчив туризъм. Устойчивият туризъм е призван да допринася в значителна степен за икономическия и социален просперитет преди всичко на изоставащите селищни райони. В нашата страна е особено важно неговото създаване в планинските и полупланинските части, в които се наблюдават не само висока безработица и ниски доходи на населението, но и

обезлюдяване. Този туризъм се основава на специален подход към управлението на туристическия бизнес, базиран върху принципите на устойчивото развитие (Мадгерова, 2004). Той обединява в едно цяло екологосъобразното използване на природните ресурси за туристически цели, опазването на природното и културното наследство и подобряването на благостоянието на местното население чрез предоставянето на възможност за увеличаване на трудовата му заетост и неговите доходи.

В България съществуват изключително благоприятни условия за стартирането на различните разновидности на алтернативния туризъм. Особено значение има наличието на 3 национални и 9 природни парка, 89 резервата и 2760 природни забележителности (Жечев, Стоилов, 1999), както и богатото историческо и социо-културно наследство. Те представляват важен потенциал за туризъм във вътрешността на страната и

създават предпоставки за привличане на туристи в планинските и полупланинските райони. В този смисъл важно значение за разширяване на туристическата предприемаческа дейност има територията на НП “Рила”.

Необходимо е да се отбележи, че в нашата страна някои от алтернативните видове туризъм (главно екологичен, селски и аграрен) все още се намират във фазата на създаването и уточняването на съдържанието на отделните елементи на техните продукти. Докато в редица европейски страни посочените разновидности на туризма имат успех благодарение на добрата организация и сътрудничество между предприемачите, предоставящи настанителна база, посредническите туристически фирми, браншовите асоциации и държавата, то у нас тази стопанска дейност стартира трудно и се съпътства с редица проблеми, за чието преодоляване следва да се намерят подходящи решения.

Целта на настоящата разработка е да се представят резултати от проучване на възможностите за туристически бизнес в сферата на алтернативния туризъм на територията на НП “Рила” и на тази основа да се изведат някои от проблемите и управленските решения за неговото устойчиво развитие.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

База за разработката са анкетни проучвания на потребителското търсене на продуктите на алтернативния туризъм, предлагани на територията на НП “Рила” и на отношението на местното население към предприемане на бизнес в тази област. Проучванията са осъществени във връзка с реализацията на научно-изследователски проект на тема “Предприемачеството в алтернативния туризъм – организация и управление на устойчивото му развитие на територията на НП “Рила”, реализиран от авторите на настоящата разработка.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

Изборът на територията на НП “Рила” за извършване на посочените изследвания се основава на факта, че в нея съществува уникално разнообразие от растения, животни и местообитания (Стойчев, Петров, 1981), които представляват важен туристически ресурс. Това е най-големия национален парк в страната, обхващащ територии от Благоевградска, Кюстендилска, Пазарджишка и Софийска области. Той привлича туристите с уникалните форми от ледниковия период и 233 езера, от които 189 ледникови и алпийски и субалпийски хабитати. В Рила планина са обособени 5 резервата – “Парангалица”, Централен Рилски резерват, “Ибър”, “Скакавица” и “Риломанастирска гора” (Стойчев, Петров, 1981; Жечев, Стоилов, 1999). В последния се намира архитектурно-историческия резерват “Рилски манастир”, ежегодно посещаван от над 800 000 туристи, от които 300 000 чужденци (Тончев, 2000). На територията на Парка се намират множество лечебни минерални извори (Стойчев, Петров, 1981; Иванов и др., 1963). Тази територия се отличава с изключително разнообразие от културно-исторически и архитектурни ценности от древността и Средновековието (Цветков, 1981) и със съхранени традиции, обичаи, занаяти и други социо-културни ценности, които са един от съществените фактори за привличането на туристи – както български, така и чуждестранни. Стопанският потенциал на общините, намиращи се в Рила планина, също създава предпоставки за включване на населението в развитието на различни видове алтернативен туризъм.

Особено благоприятни фактори за туризма в този планински район са наличието на голям туристически интерес и изявеното желание на местното население да стартира предприемаческа дейност в разглежданата област. Така например, проведеното проучване сред потенциалните потребители на

туристически продукти разкрива, че над 45% от анкетираните лица предпочитат да осъществяват своята почивка на планина и над 90% желаят отидат им да бъде в Рила планина. Голямата част от тях (71, 44%) изявяват предпочитания към алтернативния туризъм. Тези предпочитания се основават на възможностите за почивка сред природата (54, 28% от анкетираните), спокойна обстановка (45, 71%), възможност да се запознаят с културата, бита и обичаите на местното население (21, 14%) и да се хранят с екологично чисти продукти, произведени от местните

стопани (19, 43%). Част от дадените отговори са свързани с изучаването на природата, животинския и растителния свят (18, 86%) и желанието за съчетаване на почивката с балнеолечение (18, 86%). Анкетното проучване сред местните жители разкрива, че съществува желание за реализиране на бизнес в сферата на туризма (53, 79%). Интересът както на потенциалните туристи, така и на местните жители е насочен главно към екотуризма, балнеоложкия и селския туризъм (вж. табл. №1).

Таблица 1

Относителен дял на предпочитанията на потенциалните туристи и потенциалните предприемачи към разновидностите на алтернативния туризъм -%

Предпочитания към разновидностите на алтернативния туризъм	Относителен дял на потенциалните туристи -% *	Относителен дял на потенциалните предприемачи -%
Екологичен туризъм	48, 00	36, 26
Селски туризъм	21, 95	38, 46
Балнеоложки туризъм	30, 00	12, 09
Аграрен туризъм	2, 71	8, 79
Друг вид – планински, културен, исторически	6, 28	4, 40
Нито един от посочените	22, 28	-
Всичко	-	100, 00

* Забележка: Сборът от отговорите за предпочитанията на потенциалните туристи към отделните видове алтернативен туризъм е над 100, 00%, тъй като въпросът допуска повече от 1 отговор.

Анализът на резултатите от двете изследвания показва, че съществуват редица проблеми, свързани с организацията на алтернативния туризъм. Те могат да се обособят в следните групи: маркетингови проблеми, подготовка на местното население, финансиране на бизнеса, държавна и институционална подкрепа за неговото стартиране и развитие. На тази основа могат да се изведат и съответни управленски решения.

Маркетингови проблеми. Към тях отнасяме главно проблемите, касаещи продукта, цените, промоцията и каналите за реализация. Туристическият

продукт е комплексно понятие. Той се състои от различни елементи, между които най-съществено значение за туристическия престой имат местата за настаняване (хотели, хижи, квартири), изхранването и осигуряването на развлечения. Станкова (2003) посочва, че в туризма е валидно правилото потенциалните потребители да търсят продуктови преимущества и да избират и купуват тези продукти и услуги, които им предлагат най-много предимства, което способства за удовлетворяването на техните потребности. Според цитирания автор удовлетворяването на туристическите желания помага на

бизнеса да се конкурира, да реализира продажби и печалби, да “възпитава” лоялност у гостите, които стават редовни клиенти и привличат и своето обкръжение (Станкова, 2003). Именно поради това ние смятаме, че най-съществено значение за създаването на устойчив туристически бизнес има формирането на неговия продукт от гледна точка на привлекателността на отделните му елементи – удобства при настаняването, храна и развлечения. От изследването е видно, че голяма част от потенциалните туристи желаят да

получават всички удобства при настаняването (67, 43% от анкетираните) и да бъде осигурена развлекателна програма (също 67, 43%), в която да се включат различни елементи (вж табл. № 2). Съблюдаването на това изискване от предприемачите е от съществено значение за създаването на устойчиви туристически продукти и за привличането на повече туристи. То е свързано непосредствено със съдържанието и качеството на продукта.

Таблица 2

Разпределение на анкетираните потенциални туристи
според очакваните развлечения*

Видове развлечения по групи	Отн. дял -%
Разходки сред природата, пешеходни преходи, запознаване с природни забележителности, посещение на езера и пещери и др. подобни	66, 00
Посещения на музеи, културно-исторически, археологически и архитектурни паметници	48, 00
Забавления (дискотеки, танцови забави, викторини и др.)	36, 14
Запознаване със занаяти, бит, култура, традиции, обичаи, празници, местен фолклор, етнография и др.	17, 42
Спорт	8, 20

* Забележка: Сборът от отговорите за предпочитанията на потенциалните туристи към отделните видове развлечения е над 100, 00%, тъй като въпросът допуска повече от 1 отговор.

Според нас, за да се отговори на туристическите желания, предприемачите следва да изучават наличните ресурси и на тази база да съставят подходящи програми за развлечения. За формирането на разнообразен продукт е необходимо да се извършва комплексна оценка на всички туристически ресурси на дадената територия и да се спазва изискването за тяхното екологосъобразно използване (Мадгерова, 2004). Ние смятаме, че съществена роля в процеса на създаването на туристическите продукти и осигуряването на тяхната висока атрактивност (особено по отношение на развлекателните и познавателните

елементи) имат общинските ръководства, културните институции, туристическите организации, посредническите туристически фирми и Дирекцията на НП “Рила”.

При избора на местата за настаняване, наред с осигуряваните удобства, особено важно значение за туристите имат и определените цени за престой. Те също влияят върху привлекателността на предлагания продукт. Изследването разкрива, че се предпочитат настанителни бази, в които цените на едноседмичния престой са сравнително ниски (вж табл. № 3). Това означава, че предприемачите би следвало да проявяват гъвкавост при определянето на цените, като прилагат

такива похвати, като отстъпки от цената за организирани посещения, сезонни отстъпки, временни намаления за определен период, отстъпки при специални поводи и др. (Доганов, 1994).

Същевременно се налага необходимостта от тясно обвързване цените на продуктите и услугите с тяхното качество, разнообразие и уникалност.

Таблица 3

Относителен дял на потенциалните туристи според изявеното предпочитание към цените за седмичен престой в настанителната база

Цени - лв	Относителен дял на анкетираните -%
100-150	24, 57
над 150-200	20, 00
над 200-250	20, 00
над 250-300	20, 00
над 300	13, 14
Нямат мнение	2, 29
Всичко	100, 00

Анализът на резултатите от проучванията показва, че не се обръща достатъчно внимание на рекламата на туристическите обекти и услуги или съществуващата реклама не достига до своята целева аудитория. Така например, 60% от анкетираните

потенциални туристи посочват, че не са виждали реклами за организиране на почивки, екскурзии или за пребиваване в хотели или квартири. От таблица № 4 е видно, че за над 46% от тях основният източник на информация са главно приятелите (вж. табл. № 4).

Таблица 4

Разпределение на отговорите на потенциалните туристи според източника на информация за възможностите за почивка и туризъм в Рила планина и селищата в нея -%*

Източник на информация	Отговори на анкетираните -%
Туристическа агенция	13, 71
Приятел	46, 29
Рекламни материали на хотелите	8, 57
Телевизия, радио, вестници	12, 00
Листовки и каталози	8, 57
Интернет	9, 14
Други източници – посочват се главно собствени впечатления от предишни пребивавания	7, 43

*Забележка: Сборът от отговорите за предпочитанията на потенциалните туристи към отделните видове развлечения е над 100, 00%, тъй като въпросът допуска повече от 1 отговор.

Потенциалните предприемачи също считат, че недостатъчно се рекламират възможностите за туризъм в техния регион. Така например, само 1, 52% от тях дават отговор, че рекламата е много добра, докато 46, 87% изразяват мнение,

че тя е слаба и 36, 36% - че няма никаква реклама.

Нашите наблюдения по поставения проблем разкриват, че съществува изключително добра печатна и особено онлайн реклама единствено на възможностите за екотуризъм в НП

“Рила”, включваща екотуристическите продукти, природните забележителности, местности и хижи (www.rilapark.org), но рекламата за останалите разновидности на алтернативния туризъм е недостатъчна и откъслечна. Във връзка с това считаме, че с активното съдействие на асоциациите за селски и алтернативен туризъм (Българска асоциация за селски туризъм - БАСЕТ и Българска асоциация за алтернативен туризъм – БААТ), както и на Министерството на околната среда и водите (МОСВ), Министерството на културата и туризма (МКТ), отделните областни управи и общински ръководства следва да се изработи рекламна политика и да се приеме стратегия за осъществяването на ефективна реклама на всички разновидности на алтернативния туризъм, които се предоставят на територията на Рила планина. На основата на опита на подобни асоциации от Европейския съюз в създаването на онлайн реклама и аналогично на рекламните сайтове на трите национални парка у нас е необходимо обединяване в единна информационна система на цялата информация за продуктите и възможностите за туризъм в Рила.

Важен въпрос, който може да бъде поставен на база резултатите от проучването е този за каналите за реализация на туристическите продукти. Както е известно, изборът на канал за дистрибуция е основно решение в разработването на маркетинговата стратегия (Прайд, Феръл, 1994). Към един от основните канали за дистрибуция и реализация на туристическите продукти ние отнасяме туристическите посреднически фирми. Анализът на получените резултати разкрива, че близо 55% от желаещите да развият туристически бизнес са на мнение, че е абсолютно наложително да интегрират своята дейност с тази на посредническите туристически фирми. Тази интеграция може да допринесе

съществено за довеждането на създадения туристически продукт до неговите потребители. Това има значение за реализирането на повече на брой и трайни туристически посещения във всички сезони на годината, което неминуемо се отразява върху приходите от продажби и способства за намаляването на тяхната неравномерност.

Проблеми, свързани с управленската подготовка на местното население за реализиране на бизнес в алтернативния туризъм. Изследването и анализът на резултатите сочат, че едва 6, 82% от всички анкетирувани лица и 11, 27% от желаещите да стартират бизнес в туризма притежават много добри управленски знания, опит и умения. Това показва, че на големия потребителски интерес не може да се отговори напълно адекватно и налага необходимостта местното население и конкретно жителите, желаещи да се занимават с такава стопанска дейност, да бъдат подпомогнати за осмисляне на неговата същност и съдържание и за придобиване на необходимите управленски знания, още повече, че над 67% от последните считат, че е необходимо да обогатяват своите знания в областта на мениджмънта и над 14% - да получат основни управленски знания. Съществена роля според нас в това отношение имат университетите, които на основата на взаимодействието с местните общности и организациите и институциите, имащи отношение към проблема, да се превърнат във водещи центрове за обучение и развитие на човешките ресурси (Пехливанов и др., 2004). При това ние смятаме, че в учебните планове наред с управленските проблеми би следвало да се включат и отнасящите се до изготвянето на инвестиционен бизнес план и разработването на проекти за кандидатстване по програмите за финансиране на бизнеса.

Проблеми на финансирането на предприемаческата дейност.

Развитието на алтернативния туризъм и включването на местното население в този процес са свързани с решаването на важни въпроси на материалната база и съответно на финансирането на инвестиционните проекти за нейното обновяване и реконструкция. Над 55% от анкетираните лица посочват, че е наложително да искат кредити за извършване на ремонтните дейности. Във връзка с това основен въпрос е този за условията на банките за предоставяне на кредити. Само 16, 67% от респондентите са на мнение, че лихвите и обезпеченията по кредитите отговарят на техните възможности и съответно над 34% - че те са непосилни за тях. Съществен проблем е и този за използването на други финансови източници, като например лизинга. Прави впечатление, че тази форма на финансиране не се познава достатъчно от над 34% от анкетираните лица. Именно поради това нашето виждане е, че подем в процеса на стартирането на малкия туристически бизнес по места може да има, ако се създадат специални програми за неговото кредитиране с предлагане на преференциални условия (особено за дребния бизнес в изоставашите и обезлюдяващите райони), както и ако се изгради държавен гаранционен фонд или се осигури съфинансиране по програмите на Европейския съюз.

Държавна и институционална подкрепа за стартиране и развитие на

алтернативния туризъм. Проблемът може да се разглежда в две основни направления, а именно информираността на местното население и бизнеса за институциите и организациите, от които може да получи необходимата информация и консултантска помощ и ролята на държавните органи (общинските ръководства, Дирекцията на НП "Рила" и др.) за оказване на конкретна помощ за развитието на туризма. Наблюденията и анализите разкриват, че едва 10, 61% от анкетираните жители дават отговор, че са им известни всички институции и организации, докато над 46% са онези от тях, на които те не са известни. Поради това съществено значение придобива необходимостта от повишаване информираността на местното население по този въпрос, а също и за възможностите за развитие на алтернативния туризъм в съответния регион. Над 92% са посочили, че е необходимо да получават информация по всички въпроси, касаещи бизнеса. Същевременно от таблица № 5 се вижда, че е наложително значително да се повишава ролята на различните органи, организации и институции в този процес (вж табл. № 5). Особено значение на съвременния етап имат местните ръководства, които следва да включат проблема за създаването на условия за развитие на предприемаческата дейност в алтернативния туризъм в стратегиите на общините, като важен фактор за устойчиво регионално развитие.

Таблица 5

Разпределение на отговорите според преценката за възможностите на общинските ръководства да оказват помощ и за източниците на информация за алтернативния туризъм

Оценка на възможностите на общинското ръководство да оказва помощ за развитие на туристическия бизнес	Общо анкетирани -%	Желаещи да стартират туристически бизнес -%	Източник на информация за възможностите за развитие на алтернативния туристически бизнес в района	Общо анкетирани -%	Желаещи да стартират туристически бизнес -%
Да, и оказва помощ	15, 15	21, 43	Да, от общината	11, 36	16, 25
Да, но не оказва помощ	67, 43	67, 14	Да, от местната туристическа	5, 30	8, 75

			организация		
Не може да оказва помощ	15, 15	10, 00	Да, от ръководството на НП "Рила"	15, 15	13, 75
Нямат мнение	2, 27	1, 43	Да, от медиите	16, 67	20, 00
Всичко	100, 00	100, 00	Не съм информиран	50, 00	40, 00
X	X	X	Нямат мнение	1, 52	1, 25
X	X	X	Всичко	100, 00	100, 00

ИЗВОДИ

За да се използва оптимално богатият потенциал на Рила планина и селищата, разположени в нея, за развитие на устойчив туристически бизнес, както и за да се отговори на проявения потребителски интерес и на желанието на местните жители да стартират бизнес в областта на алтернативния туризъм, е наложително да бъдат създадени необходимите условия.

Преди всичко следва да се подпомогне процеса на подготовка на населението по проблемите на мениджмънта и маркетинга на туристическата дейност и да се съдейства за въвеждане на преференциални условия на банковото й кредитиране, особено в силно изоставащи и обезлюдяващи райони. Това има особено важно значение за създаването на привлекателни туристически продукти.

Необходимо е с активното участие на БАСЕТ и БААТ и заинтересованите държавни органи (главно МОСВ и МКТ), областните и общинските ръководства да се способства за създаването на силно въздействаща реклама за всички видове алтернативен туризъм, като оптимално се използват възможностите на онлайн рекламата и се изгради единна информационна система за туризма в Рила планина. За увеличаване притока на туристи във всички сезони на

годината следва да се окаже помощ при интегрирането на дейността на дребните предприемачи по места с посредническите туристически фирми, основно по отношение на рекламната дейност и насочването на туристите към туристическите обекти според техните предпочитания.

Съществено значение за развитието на този бизнес има повишаването на информираността на местните жители както за органите, институциите и организациите, оказващи помощ на туристическия бизнес, така и по всички въпроси, отнасящи се до неговата организация и управление. В процеса на формирането на условия за предприемаческа дейност в алтернативния туризъм главен принос следва да имат общинските ръководства чрез включването на проблема в стратегиите за устойчиво регионално развитие.

В заключение смятаме, че всяка от общините на територията на Рила планина съвместно с Дирекцията на Парка и местните туристически организации би могла да определи на база на комплексния анализ и оценка на ресурсния потенциал възможностите за развитие на даден вид или видове алтернативен туризъм и да насочи своите усилия към създаването на уникални туристически продукти за съответния район.

ЛИТЕРАТУРА

- Жчев, В., Д. Стоилов.** 1999. Туристическо природоползване и екологичен туризъм, РА "Корект", Благоевград, 150 стр.
- Иванов, Г., Г. Калайджиев, М. Апостолов.** 1963. Минералните извори и курортните места в Пиринския край, изд. "Наука и изкуство", С., 197 стр.
- Доганов, Д.** 1994. Маркетинг в туризма, Princeps, Варна, 243 стр.
- Мадгерова, Р.** 2004. Предприемачество и малък бизнес в туризма (особености, проблеми и решения), изд. "Интелект А", С., 178 стр.

- Пехливанов, В., Р. Димитрова, Р. Мадгерова.** 2004. Развитие и обучение на човешките ресурси за екотуристически бизнес – актуални проблеми и решения, Научна сесия “Инвестиции и инвестиционна политика в процеса на присъединяване към Европейския съюз”, Унив. Изд. “Н. Рилски”, Благоевград
- Прайд, У., О. Феръл.** 1994. Маркетинг: Концепции и стратегии, изд. ФорКом, С., 400 стр.
- Станкова, М.** 2003. Форми на алтернативния туризъм. Екологичен туризъм, изд. УНСС-МЦМК, С., 43 стр.
- Стойчев, К., П. Петров.** 1981. Рила – природа и ресурси, изд. Наука и изкуство, С., 202 стр.
- Тончев, Цв.** 2000. Технология на допълнителните дейности в туризма, изд. “ТИЛИА”, С., 103 стр.
- Цветков, Б.** 1981. Средновековни български крепости по долините на Струма и Места, ДИ “Септември”, С., 54 стр.
- www.rilanationalpark.org

доц. д-р ГЕОРГИ П. ГЕОРГИЕВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**ОРГАНИЗАЦИЯ, УПРАВЛЕНИЕ И ЗАПЛАЩАНЕ НА РАБОТНАТА СИЛА
ЕДИНСТВОНА ФОРМИ И СИСТЕМИ**

**ORGANIZATION, MANAGEMENT AND PAYMENT OF THE WORK FORCE – UNITY OF
FORM AND SYSTEMS**

Assoc. Prof. Dr. GEORGI P. GEORGIEV

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The problems of the labour organization, staff's management and salaries are functionally connected activities, mutually determined. In practice, every discrepancy within them and presence of lack of accordance in each of them reduces in maximal degree the possibilities for reaching high economic results in the relevant company or organization. That becomes notably actual during time of our national economic's transition to market's requirements where new mechanisms impose totally new forms and instruments for Bulgarian companies and institutions. The main goal of the present research is to make comparison and draw a parallel between these three fundamental activities in the modern firms and establishments in most general way. Therefore the author's efforts are directed to presentation of the leading practices for forming salaries using illustration of the most widely used systems, built and formed on the background of applied up-to-date organizations and systems for personnel's management.

Key words: organization of the work force, staff's management, payment of the work force, forms and systems, modern organizations and systems for personnel's management

Организацията, управлението и заплащането на работната сила са трите основни дейности, върху които се основава просперитетът на всяка фирма и национална икономика в цялост. Доказано е, че без правилна и ефективна организация и управление на човешкия фактор в производството е немислимо постигането на висока производителност и ефективност, а на тази основа и реализирането на високи печалби и доходи във фирмите. В същото време въвеждането на модерни форми на организация и управление на персонала, без прилагането на адекватни форми и системи на заплащане на наетите работници и служители, може силно да намали положителния ефект, а в определени случаи, напълно да се "обезсмисли", когато се свърже с резултатите от използването на персонала. Практиката от последните години и десетилетия показва недвусмислено, че използването на

наетата работна сила е органически свързано с мотивирането на персонала и засилването на неговата заинтересованост чрез работната заплата. В направеното въвеждане дейността по **организация и управление на персонала** може да се определи като система от принципи, методи, средства, правни норми, правила, критерии, изисквания, стандарти, процедури, политики, планове и програми за формиране и използване на човешкия фактор в отделната фирма, в съответствие с неговите непосредствени интереси и стратегически цели.

Управлението на персонала във фирмата може да се разглежда и като дейност на субекта на управление /ръководителите/, която е свързана и произтича от стратегическите цели на фирмата /организацията/ и е насочена към:

- разработване на политики, програми и планове за формиране, развитие и заплащане на работната сила, както и за усъвършенстване на взаимодействието на ръководството с организациите на работниците и служителите;

- планиране, организиране, ръководене и контролиране на работниците и служителите;

- подборане, наемане, подготовка, оценяване и мотивиране на наетите лица;

- създаване на условия и предпоставки за пълноценното използване на човешкия фактор в процеса на труда и за постигането на висока производителност на труда;

Главните цели на организацията и управлението са насочени в икономическата и социалната сфера като:

Целите в икономическата сфера могат да бъдат:

- * Привличането и подборането на работници и служители, които могат да осигурят постигането на целите на фирмата /организацията/;

- * Осигуряване на работна сила за фирмата /организацията/ на подходяща и икономически приемлива цена;

- * Ангажиране на работната сила с избраната бизнес стратегия;

- * Създаване на условия, които да стимулират човешкия фактор да работи пълноценно и ефективно, при което може да реализира изцяло потенциалните си възможности.

Целите в социалната сфера могат да бъдат:

- * Гарантиране на относително стабилна заетост на наетите лица;

- * Осигуряване на обичайния жизнен стандарт на наетите лица и техните семейства;

- * Осигуряване на достойни за човека условия на труд и почивка;

- * Гарантиране на безопасността на човешкия фактор в производството;

- * Осигуряване на възможности за развитие и усъвършенстване на човешката личност.

Стратегията на организацията и управлението в областта на използването на работната сила се материализира в няколко функционални направления, а именно:

- наемане и освобождаване на работници и служители – подобряване на организационно-управленческите структури, нови подходи за привличане на квалифицирана работна сила, принципи, подходи, методи и процедури за подбор на персонала, организиране на конкурси и др. ;

- инвестиране в човешки капитал – обучение и квалификация на персонала, създаване на квалификационен задел;

- формиране и регулиране на заплатите – увеличение или ограничаване на ръста на заплатите, увеличаване или намаляване на нейната диференциация, осигуряване на допълнителни изгоди, участие при разпределението на печалбата и т. н. ;

- условията и охраната на труда – осигуряване на благоприятни условия на труд, ликвидиране /намаляване/ на вредностите, намаляване на работното време, осигуряване на здравно обслужване, даване на материални стимули и т. н. ;

- взаимодействие със синдикалните организации и прилагане на “нов тип човешки отношения” в производството /”меки” и “твърди” стъпки в отношенията/;

- ефективно използване на наетата работна сила – използване на гъвкави стратегии, въвеждане на механизация и автоматизация, съвместяване на близки и сродни професии и специалности и др.

Оперативното управление на работната сила намира израз в дейността на субекта по управление и ръководството на персонала, за осигуряване постигането на краткосрочните и средносрочни цели на фирмата /организацията/. То се свързва със следните конкретни дейности:

- набирането и подбора на необходимите работници и служители;
- оценяване на трудовия принос /атестиране/;
- осъществяване на дисциплинарни процедури;
- подържане на условията на труд и заплащане;
- уреждането на трудовите отношения с работниците и служителите;
- организиране на дейността по разработване на длъжностните характеристики.

Върху начина на организиране и управление на персонала не можем да подминем влиянието и на следните фактори:

- модела за управление на националната икономика – административен или пазарно-ориентиран модел, либерален модел, социално-ориентиран модел, тихо-океански модел и т. н. ;
- политиката провеждана от правителството – със минимално или силно държавно регулиране на икономиката;
- пазара на труда – при наличие на безработица, при равновесен трудов пазар, при преобладаващо търсене на работна сила и т. н. ;
- формите на собственост – при наличие на минимална, респ. преобладаваща държавна собственост върху средствата за производство, при наличие на смесена собственост;
- национална и корпоративна култура;
- мащабите и организационния тип на фирмата /организацията/;
- стабилността на националната валута и икономика;

За постигането на висока ефективност на организацията и управлението на труда е изключително важно познаването на факторите, определящи поведението на човека, както и на начините, по-които може да се влияе на мотивацията на човешкия елемент в дейността по организация и управление на труда. В това отношение **МОТИВАЦИЯТА** може да бъде

определена като *съвкупност от психични процеси,*

свързани със силата и насоката на поведение, с предизвикването, насочването и подържането на доброволни целенасочени действия от страна на човека. Тази дефиниция се основава на две изходни концепции, кореспондиращи с:

* Потребностите на индивида;

* Целите, намиращи се в околната среда, към които индивида се стреми /отбягва/.

Мотивацията за труд може да се осъществи по два начина:

* Чрез търсене, намиране и извършване на работа, респ. с постигането на определен резултат, който задоволява вътрешно-присъщи и обективни човешки потребности. Това е т. нар. вътрешна мотивация.

* Чрез такива методи като възнаграждение, повишение, похвала и др. подобни действия, представляващи външна мотивация за човека.

Теорията на мотивацията е формирана под въздействието на редица учения и научни школи. За тяхното характеризирание може да се ползва следната класификация на изучаваните през изминалите години на "мотивационни модели", а именно:

* **Подход на икономически рационалния човек** – доктрината на Фр. Тейлър за научно-обоснованото нормиране на труда и съответстващото на това "сделно" възнаграждение "на парче";.

* **Подход на социалния човек** – това е свързано с разбиранията на Елтън Мейо и неговата философия за задоволяване на жизнени и определено на социалните потребности на човека;

* **Подход на самообновяващия се човек** – това са разбиранията на редица автори като Маслоу, Алдерфер, МакГрегър, Аргирис, Херцберг и др., които считат, че хората не се мотивират само от задоволяването на ограничен кръг първични социални потребности, но за това са необходими комплекс от

действия и фактори, като най-съществени от тях са тези, задоволяващи висшите потребности /себереализация, професионален и личностен растеж и т. н. /;

* **Подход на комплексния човек** – авторите, застъпващи този подход считат, че мотивацията е един изключително сложен процес, които следва да съдържа и отчита:

а/ наличие на човешка психика, която е изключително сложна за разбиране и хората имат нагласа за задоволяване на непрекъснато развиваща се съвкупност от потребности, стремежи и очаквания;

б/ условията на труд са твърде различни и влияят по най-различен начин на мотивацията;

в/ както човекът, така и условията на средата непрекъснато се изменят, което изключва дългосрочното действие на едни и същи форми и средства за мотивация;

* **Японския подход за мотивация** – това са изследванията за “разгадаване” на японското икономическо чудо, на разработките на учени като Оучи, Паскал и Атос, които потвърждават схващането, че най-добрият подход за мотивиране на персонала, е умелото ръководство /лидерство/ и съпричастността на наетите работници и служители, като формата за това е “всеотдайната ангажираност” към целите на фирмата /организацията/.

В съответствие с всичко гореизложено, по-пълното и ефективно използване на работната сила във водещите фирми на развитите индустриални страни се свързва с прилагането на редица нови и модерни форми, дефинирани най-общо като **“гъвкави стратегии за използване на работната сила”**. Към тези форми могат да се отнесат **гъвкавата специализация, динамична организация и заетост, променливо работно време, изпълнение на периодично повтарящи се близки и сродни функции и длъжности, прилагане на “почасова” и**

нефиксирана /променлива/ заплата и др. Това са стратегии, които позволяват своевременни промени във фирмата, без съществена загуба на ефективност при условията на утвърдени нови технологии и динамични промени, настъпващи в пазарната конюнктура. Главните и по-характерни причини са:

* Стремежът на работодателите да намаляват разходите за производството и реализацията;

* Динамиката на пазара, която налага своевременна промяна във вида, обемите и качеството на продаваните продукти от фирмата;

* Структурната динамика на човешките потребности, която налага промени в структурата на производството;

* Технологичният прогрес, който налага и адекватни промени в структурата на производството, техниката, технологията, организацията и управлението;

* Сравнително високото равнище на безработицата, което принуждава заети и безработни да приемат и най-неблагоприятни условия на труд и заплащане;

Между посочените форми, по-широк обхват и особено разпространение получи практиката на организация и управление на труда, по-известна под формата на “гъвкавата заетост”, осъществена чрез нейните разнообразни модификации като:

- **сезонна заетост**, представляваща пълна заетост за наетите лица в течение на сезона, но е непълна в рамките на годината. Прилага се широко в туризма, селското стопанство, хранително-вкусовата промишленост, търговията на дребно и др., където срочните трудови договори са основно средство за наемане на работната сила;

- **работата на непълно работно време**. Понастоящем намира по-широко разпространение в сферата на услугите и на търговията, както и в други отрасли и дейности, в периоди на високо

натоварване. В този случай е необходимо:

а/ определен брой работници на пълно работно време, работната сила на които се използва пълноценно;

б/ определен брой работници на непълно работно време, достатъчни за ефективна работа на фирмата;

Прилагането на работа на непълно работно време показва наличието на редица предимства като:

Първо. По-пълното използване на човешките ресурси и по-малко съвкупни разходи за работна сила;

Второ. По-интензивна работа на заетите на непълно работно време, с по-малки почивки;

Трето. По-малко безпричинни отсъствия от страна на непълно заетите;

Четвърто. По-малка възможност за отегчение от работата от страна на непълно заетите;

Пето. По-ограничени възможности за участие и развиване на синдикална дейност.

Работата на непълно работно време е удобна и предпочитана форма от жените – майки, отглеждащи своите малки деца, пенсионери със запазена работоспособност, ученици, студенти и др.

- работата на поделена длъжност.

По същество това е работа на непълно работно време, при което дейността, предвидена за изпълнение на дадена длъжност е разпределена между две и повече лица. Те отговарят едновременно за длъжността, като си разпределят работното време, заплатата и осигуровките в съответствие с отработеното време. Този режим на работа, осигурява редица предимства като наличие на повече от едно подготвено лице за изпълнение на работата, взаимозаменяемост, почивки, сведени до минимум, възможност за изпълнение на работата със значително по-висока интензивност, възможност за избор от работодателя и др.

Други по-известни форми на организация и управление на персонала,

в съчетание с конкретни системи на заплащане са:

- *работата за изпълнение на междинни задачи;*

- *дистанционната работа;*

- *ротационната заетост;*

- *гъвкавото работно време;*

- *възлагане изпълнението на гъвкави функции и длъжности;*

- *стратегията на гъвкавата заплата.* Намира израз в прилагането на такива правила, процедури, механизми, изисквания и стандарти, позволяващи ръст на възнаграждението, само в периоди, през които се отчита нарастване на производителността, както и обратното.

За разлика от практиката в нашата страна за *развитите индустриални страни е характерен процес на почувствително нарастване на променливата /премиалната/ част на трудовото възнаграждение, спрямо величината и динамиката на основната заплата.* Всъщност заплатите в тези страни са преди всичко резултат на изключително сложно взаимодействие между социално-икономически фактори, условия и предпоставки. Сред най-значимите от тях могат да се посочат:

* Изключително високо равнище на организация, техника и технология в тези страни, обуславящо водещата роля в света по отношение на производителността на труда;

* пазарно стопанство, осигуряващо свободна покупка-продажба на капитал, стоки и работна сила;

* икономики и производство, основани върху конкуренцията на стокопроизводителите, което осигурява необходимата икономия на жив труд и възможно най-ефективното използване на работната сила;

* непълна заетост на трудоспособното население, осигуряваща необходимия резерв за производството при неговото циклично развитие;

* наличие на система за социално осигуряване и подпомагане на нетрудоспособните и социално слабите.

Използването на новите модерни и съвременни форми на работната заплата като израз на динамично и детайлно обвързване на основната заплата или на част от нея, с широк кръг показатели, характеризиращи производствено-стопанските резултати на фирмата, зависи от прилагането на прогресивните разбирания за организация и управление на фирмите. Основните теоретични постаменти на тази организация са свързани с конкретна реализация на посочените вече концепции за „качество на труда“, „обогащаването на труда“, „хуманизиране на труда“ и др. подобни, които по-своята същност са насочени към стимулиране на производствената активност на работника, към използване на методи и средства за активизиране на неговата инициатива, творчество и адаптивност. Тези форми и средства предвиждат преди всичко възможността за разширяване участието на работниците във вземането на конкретни производствени решения, в организирането на труда, в разширяването на обхвата на техните отговорности и т. н.

По отношение на принципните основи на използваните форми и системи на работната заплата, посочените по-горе тенденции намират израз в следните характерни моменти и изисквания:

* Наред с ползването на стандартния показател за отработеното време, *основната заплата се поставя в икономически и нормативно обоснована /в голям брой от случаите това е точкова или бална/ зависимост от равнището и динамиката на конкретни производствено-стопански резултати на фирмата* като количество и качеството на произвежданата продукция, снижение на брака, опазване на ресурсите, материалите, инструментите и т. н.

* *Широкото използване на аналитичните /точкови/ оценки при определянето на основните заплати*, като показателите, ползвани с приоритет при оценката на длъжността и работника са насочени към интензивното развитие на фирмата, респ. степен на образование, степен на нервно-психическо напрежение, адаптивност към променящите се нови условия на производство и реализация, отговорност за решенията и резултатите, наличие на творчество, инициативност и т. н.

* *Размерът на премията се обвързва и поставя в зависимост от разширяването на „хоризонталния обхват“ на трудовите операции*, т. е. след внасяне на повече разнообразие в работата, но в рамките на изпълнение на еднородни функции, означаващо при оценката на работника на по-широкото използване на показатели, оценяващи организацията на труда, наличието на производствена ротация на работниците в рамките на технологичния екип, създаването и участието на автономни работни групи в производството, съвместяване на близки и сродни функции, работи и операции от страна на изпълнителските кадри и обслужващия персонал и др.

* *Размерът на премиалната част на заплатата се поставя в зависимост от разширяването на „вертикалния обхват“ на задълженията* чрез осигуряване на по-голяма самостоятелност и отговорност на наетите работници и служители, налагащо включването в длъжностните характеристики на изпълнението на такива функции като планиране и контрол на качеството, спазване на норматива за технологичния брак и др., наставничество и ръководство на новоназначени работници и служители, участието в т. нар. „кръжоци по качеството“ и др.

* Прилагането на нови, *осъвременени форми на системата „Участие на персонала в печалбата на фирмата“*, като източник за изплащане на премиите

на наетия персонал е печалбата на фирмата. В последните години нейното приложение се свързва не толкова с определяне размера на годишните премии, колкото използването на нейния оценъчен инструментариум за периодично атестиране на персонала и евентуалното освобождаване на работници и служители с непълно натоварване и ниска квалификация, преместване, издигане или понижаване.

* *Обособяване и увеличаване на променливата част на работната заплата /с източник фонда за работни заплати/, при което поощрителната премия се обвързва главно с прояви на творчество, инициативност или други особени усилия, излизащи извън регламентираните функционални*

задължения. Понастоящем тази част достига до 30-35% от трудовото възнаграждение на работниците и служителите и се изплаща само в случаите на повишена производителност на труда, подобряване качеството на продукцията и реализиране на икономии на суровини, материали и енергия.

* *Широко се налагат и разпространяват системите за колективно /екипно/ премиране между категориите работници, ръководен и научно-технически персонал.*

Представа за приложението на различните форми на заплащане на работната сила в някои страни-членки на ЕС може да се придобие от данните в следната таблица:

Таблица 1

Страна	Повременна форма	Повременна форма с премия за фирмени резултати	Повременна форма с премия за индивидуални резултати	Акордна форма
	%	%	%	%
Белгия	79. 4	11. 4	7. 0	2. 2
Франция	76. 9	18. 0	14. 1	1. 0
Холандия	73. 7	12. 2	11. 9	1. 2
Германия	66. 1	14. 0	11. 4	8. 5
Люксембург	65. 4	30. 0	4. 5	1. 1
Италия	65. 2	15. 3	8. 3	2

Данните в изложената таблица показват, че за развитите индустриални страни от ЕС е характерно изключително голямо разнообразие в използваните системи на повременната форма на работната заплата, като частта от заплатата за премиално възнаграждение се обвързва с показатели, характеризиращи, както индивидуалните, така и фирмените резултати. В това отношение масовите и най-широко прилагани системи на повременната форма на работната заплата в развитите индустриални страни могат да се

охарактеризират чрез следните разновидности:

* *Повременна форма на работната заплата, основана и определена според индивидуалната изработка.* При тази система фирмите регламентируют две и/или повече размери на тарифни ставки – тарифна ставка за изпълнение на трудовите норми /производственото задание/ под 100%, на 100% и при преизпълнение над 100% /примерно – 120% минимум/. Тарифните ставки се намират във функционална зависимост от степента на изпълнение на

изработката, като при изпълнение под 100% работниците получават 80 на сто от определената основна заплата, при изпълнение на изработката от работника на 100% се изплаща определената основна заплата с коефициент 1. 1, а при преизпълнение над 100%, определената основна заплата се изплаща с коефициент 1. 3. Във всеки от тези случаи основната заплата се определя като произведение на приетата с КТД основна заплата на час и отчетените /отработените/ часове за седмицата, месеца.

Друга подобна система за определяне на възнагражденията на работниците при работа в условията на колективна /екипна/ организация на труда, с ползване на три нива на ставките, може да бъде характеризирана със следните особености:

- най-ниското ниво на ставката се определя при отчитане на лична изработка от страна на работника в интервала от 61 до 83% изпълнение на нормите;

- средно ниво на ставката се определя и изплаща при индивидуално изпълнение на нормите от 83 до 100%;

- най-висока ставка се определя и изплаща при индивидуално изпълнение от страна на работника на нормите над 100%, но и при 100% изпълнение на производственото задание на целия екип /бригадата/;

** Премия за отчетена икономия на работно време.*

При тази система премията и трудовото възнаграждение на работника се определя по следната зависимост:

$$З = Чч \times ОЗч + Н \times ОЗч/Нч - Чч/$$

където:

З е заработката на работника;

Чч – вложените за отчетния период човекочасове;

ОЗч – основната заплата на работника на час /тарифната ставка/;

Н – норматив за регулиране и намаляване на часовата основна заплата при

наличие на икономисано /спестено/ време;

Нч – нормочасовете съответстващи на възложеното производствено задание;

** Премиялно възнаграждение, определено в зависимост от подобряване на технологичните параметри в производството.*

В условията на ускорено въвеждане постиженията на научно-техническия прогрес, фирмите широко прилагат такива системи за премиране на работниците и служителите, които осигуряват максимална работа на машини, апарати и съоръжения. За тази цел се ползва следната зависимост:

$PВ = Ерм \times Нф$, където:

РВ е величината на премиялното възнаграждение;

Ерм – индекс, характеризиращ работата на работниците и машините;

Нф – норматив за стимулиране на отчетената ефективност, чийто стойности варират от 0. 01 до 20. 0 в отделните фирми;

От своя страна индексът за характеризиране работата на работниците и машините се определя по следната зависимост:

$Чч Вмр$

$Ерм = \frac{Чч Вмр}{РВ РВ} + \dots$, където:

РВ РВ

Чч – само действително вложените от работниците човекочасове;

РВ – цялото работно време за производството на зададения обем работи;

Вмр – времето отчетено за действителна работа на машините, апаратите, съоръженията;

Обобщавайки изложеното по отношение практиката на водещите индустриални страни при оценката на персонала и определянето размера на премиялното възнаграждение следва да посочим и факта, че *интервалите на тяхното изменение зависят, както от постигнатите резултати, но така също и от времето на трудовия стаж.* При положение, че

професионалното обучение и придобиването на производствени умения и навици протичат най-интензивно през първите години на работата, то оценката и заплатата в първата година се преразглеждат най-често – обикновено на три месеца.

Оценяването и заплатата на наетите лица с висша квалификация, със стаж над 10г. се извършва само веднъж на три години. В тези случаи оценката се извършва по-скоро за потвърждение и обосновка на високата заплата или премия, а не за тяхното изменение.

гл. ас. РАЙНА ДИМИТРОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

АНАЛИЗЪТ НА ФИНАНСОВИТЕ РЕЗУЛТАТИ – БАЗА ЗА ОЦЕНКА НА МЕХАНИЗМИТЕ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ГОРСКОТО СТОПАНСТВО

FINANCIAL RESULTS' ANALYSIS – A BASIS FOR EVALUATING THE MANAGEMENT METHODS IN THE FORESTRY ADMINISTRATION

Chief Ass. Prof. RAYNA DIMITROVA

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The purpose of this research paper is to make an analysis of the basic financial results. So that an objective evaluation of the management methods used in the Forestry Administration during the period 1994-2003 could be attained. The Forestries researched are the Blagoevgrad, Sandanski and Gurmen branches and the information used is taken by the annual financial reports of the respective branches. The method of the financial analysis of the Forestry Administration is attached. A thorough analysis of the results is made, and the mutual dependency of the indicators and their dynamics is explored. The final results are formulated as a conclusion.

Key words: analysis, economic results, management mechanisms, steady development, Cost-Volume-Profit Analysis

ВЪВЕДЕНИЕ

Проучванията на литературата посветена на проблемите на управлението на горите и горското стопанство показват, че има много малко изследвания (както в България, така и в останалите Европейски страни), анализиращи икономическите резултати от прилагането на различните механизми за управление на горския сектор. Във връзка с това Solberg and Rykowski¹ (2000), които правят литературен обзор на горските политики стигат до следния извод: "Направен е широк кръг от проучвания на различните средства, но почти всяко от тези проучвания описва единствено средствата. Съществуват твърде малко проучвания, които анализират ефективността, разходите и ползите от различните средства. Още

по-малко са проучванията, които се занимават с алтернативни политически средства".

В периода 1994 – 2003г. в България се осъществява сериозна реформа в управлението на горско-стопанския отрасъл, като със Закона за горите² от 1997г. се променя механизма за управление на сектора. Целта на настоящата статия е да се изследват финансовите резултати на ДЛ Благоевград, ДЛ Сандански и ДЛ Гърмен за периода 1994 – 2003г. и влиянието на факторите, формиращи тези резултати. Анализът е осъществен по метода "Обем-Разходи-Печалба".

Въз основа на резултатите от анализа са направени изводи, свързани с механизмите за управление на горите и горското стопанство за периода 1994 – 2003г.

¹ Solberg, B. and K. Rykowski (2000). *Institutional and Legal Framework for Forest Policies in EGA Region and Selectec OECD Countries - A Comparative Analysis. Forest Policy Review and Strategy Development: Analytical Studies/Issues Paper. The World Bank, Washington DC, USA. Available at: <http://wbln0018.worldbank.org>*

² Закон за горите. Обн., ДВ., бр. 125 от 09. 12. 1997 г., изм. и доп. бр. 79 от 10. 07. 1998 г., бр. 133 от 11. 11. 1998 г., доп. бр. 26 от 23. 03. 1999 г., изм. и доп. бр. 29 от 07. 04. 2000 г., бр. 78 от 26. 09. 2000 г., доп. бр. 77 от 09. 08. 2002 г., изм. бр. 79 от 16. 08. 2002 г., бр. 99 от 22. 10. 2002 г., изм. и доп. бр. 16 от 18. 02. 2003 г.

РЕЗУЛТАТИ И ОБОБЩЕНИЯ

По отношение на анализа по критичната точка, най-важната специфична характеристика на горското стопанство, произтичаща от изискванията за устойчиво развитие на гората като сложна биологична система се изразява в следното: физическият обем на производството, т. е. годишното ползуване от гората, или годишният лесосечен фонд се определя от лесоустройството за всяка гора поотделно. Това означава, че количествата и структурата на добиваната дървесина по категории се определят преди всичко от лесовъдските, лесоустройствените и други свързани с развитието на горите като биологична система принципи и изисквания. Този основен принцип при формиране на лесосечния фонд е заложен както в ЗГ действал до края на 1997г., така и в действащия ЗГ. Основното следствие от това е, че може да се добива, респ. продава толкова и такава дървесина, колкото определя лесоустройственият проект и годишните разчети на държавните лесничейства. В реални условия са възможни някои отклонения в количествата на фактически добитата дървесина от заложеното в лесоустройствения проект и в годишните разчети, но те са несъществени за анализа по критичната точка. Изводът, който произтича от тази характеристика на горското стопанство, по отношение на прилагането на анализа "Обем-Разходи-Печалба" е, че физическият обем на производството може да се разглежда като константа в определения период (най-често година), когато липсват съществени отклонения между разчетените и фактически добитите количества дървесина.

Същевременно непредвидими бедствия причинени от природни стихии (например ветровали, снеговали, пожари, порои и други), нападения от болести и вредители, могат да окажат сериозно влияние върху годишните разчети за комплектувания лесосечен

фонд и да доведат до съществени промени в количеството и качеството на добиваната дървесина.

Тези специфични характеристики на горското стопанство от гледна точка на физическия обем, не изключват необходимостта и възможността при проектиране на мероприятията в лесоустройствените проекти и в следствие при комплектуване на съответния годишен лесосечен фонд, да се вземат предвид и резултати от проведени маркетингови проучвания и прогнози за потребностите на пазара на дървесина.

От всичко това следва, че факторите, формиращи крайния финансов резултат от дейността на горскостопанските предприятия са:

- физическият обем на дървесината по категории;
- цените на дървесината по категории;
- стойността на пълните разходи, разглеждани като сума от постоянните и променливи разходи.

Необходимата информация за извършване на анализа по зависимостта "Обем-Печалба" за периода 1994-1998г. е представена в Таблицы 1Б, 1С, 1Г. Използувана е методиката на Т. Трифонов.³

³ Виж по-подробно Трифонов, Т. Счетоводен анализ на фирмата Управленско счетоводство /част, София, Ciela, 2000, 440с.

Таблица 1Б

**Приходи и разходи за дейностите по дървопроизводство и дърводобива на ГС
Благоевград за 1994г. -1998г.**

Показатели	години				
	1994	1995	1996	1997	1998
1. Приходи от продажби TR в х. лв.	18442	37629	68389	653774	1022383
2. Себестойност на продажбите: променливи разходи VC в х. лв.	13069	26243	49487	459987	709325
3. Пределен доход $CM_a = TR - VC$ в х. лв.	5373	11386	18902	193787	313058
4. Постоянни разходи $FC = f$ в х. лв.	5601	11247	21209	197137	303996
5. Счетоводна печалба $g = TR - VC - FC$ в х. лв.	-228	139	-2307	-3350	9062
6. Критичен обем на продажбите:					
а) физически, $q_{be} = f : (p - v)$ м ³	16003	16419	19971	17047	13160
б) стойностен, в лв. $TR_{be} = pq_{be}$ в х. лв.	19220	37156	76788	665055	992804
7. Абсолютна сигурност: MS_a					
а) физическа, в ед. $MS_{au} = (q - q_{be})$ в м ³	-651	210	-2187	-289	392
б) стойностна, в лв. $MS_{ac} = TR - TR_{be}$ в х. лв.	-778	473	-8399	-11281	29579
8. Относителна сигурност MS_r					
а) физическа, в ед. $MS_{ru} = MS_{au} : q$	-0, 0424	0, 0126	-0, 1230	-0, 0172	0, 0289
б) стойностна, в лв. $MS_{rc} = MS_{ac} : TR$	-4, 24	1, 26	-12, 30	-1, 72	2, 89
9. Относителен пределен доход $CM_r = CM_a : TR$	29, 13	30, 26	27, 64	29, 64	30, 62
10. Ефективност към продажбите $R_s = (g : TR)$	-1, 24	0, 37	-3, 37	-0, 51	0, 89
11. Ефективност към собствен капитал $R_e = CK$	-1, 56	1, 17	-22, 59	-0, 96	1, 86
12. Ефективност към инвестиран капитал $R_s = (g : K)$	-1, 26	0, 61	-4, 19	-0, 67	1, 05
13. Капиталов лост $G = PK : CK\%$	24, 10	89, 75	439, 62	43, 83	27, 70
14. Фактор на капиталовия лост $Re : Rc$, в пъти	1, 24	1, 92	5, 39	1, 43	1, 77

Таблица 1С

**Приходи и разходи за дейностите по дървопроизводство и дърводобива на ГС
Сандански за 1994г. -1998г.**

Показатели	година				
	1994	1995	1996	1997	1998
1. Приходи от продажби TR в х. лв.	17190	31522	55577	902851	1657652
2. Себестойност на продажбите: променливи разходи VC в х. лв.	12091	21744	39262	636079	1171794
3. Пределен доход $CM_a = TR - VC$ в х. лв.	5099	9778	16315	266772	485858
4. Постоянни разходи $FC = f$ в х. лв.	5182	9319	16827	272605	502197
5. Счетоводна печалба $g = TR - VC - FC$ в х. лв.	-83	459	-512	-5833	-16339
6. Критичен обем на продажбите:					
а) физически, $q_{be} = f : (p - v)$ м ³	14120	11932	16449	24005	25896
б) стойностен, в лв. $TR_{be} = pq_{be}$ в х. лв.	17466	30045	57325	922608	1713435
7. Абсолютна сигурност: MS_a					
а) физическа, в ед. $MS_{au} = (q - q_{be})$ в м ³	-222	585	-500	-514	-843

б) стойностна, в лв. $MS_{ac} = TR - TR_{be}$ в х. лв.	-276	1477	-1748	-19757	-55783
8. Относителна сигурност MS_r					
а) физическа, в ед. $MS_{ru} = MS_{au} : q$	-0, 0160	0, 0467	-0, 0313	-0, 0219	-0, 0336
б) стойностна, в лв. $MS_{rc} = MS_{ac} : TR$	-1, 61	4, 69	-3, 15	-2, 19	-3, 37
9. Относителен пределен доход $CM_r = CM_a : TR$	29, 66	31, 02	29, 36	29, 55	29, 31
10. Ефективност към продажбите $R_s = (g : TR)$	-0, 48	1, 46	-0, 92	-0, 65	-0, 99
11. Ефективност към собствен капитал $R_e = CK$	-1, 44	8, 53	-10, 90	-6, 26	-12, 51
12. Ефективност към инвестиран капитал $R_s = (g : K)$	-0, 94	3, 52	-2, 62	-1, 86	-2, 88
13. Капиталов лост $G = PK : CK\%$	53, 06	142, 51	316, 60	197, 45	241, 10
14. Фактор на капиталовия лост $Re : Rc$, в пъти	1, 53	2, 42	4, 16	3, 37	4, 34

Таблица 1Г

**Приходи и разходи за дейностите по дървопроизводство и дърводобива на ГС
Гърмен за 1994г. -1998г.**

Показатели	Година				
	1994	1995	1996	1997	1998
1. Приходи от продажби TR в х. лв.	42863	68942	133266	1630086	2976649
2. Себестойност на продажбите: променливи разходи VC в х. лв.	30202	46815	93766	1195005	2137616
3. Пределен доход $CM_a = TR - VC$ в х. лв.	12661	22127	39500	435081	839033
4. Постоянни разходи $FC = f$ в х. лв.	12944	20063	40185	512145	916121
5. Счетоводна печалба $g = TR - VC - FC$ в х. лв.	-283	2064	-685	-77064	-77088
6. Критичен обем на продажбите:					
а) физически, $q_{be} = f : (p - v)$ м ³	32360	26966	31346	59963	85635
б) стойностен, в лв. $TR_{be} = p q_{be}$ в х. лв.	43848	62480	135540	1918756	3250191
7. Абсолютна сигурност: MS_a					
а) физическа, в ед. $MS_{au} = (q - q_{be})$ в м ³	-717	2794	-529	-9022	-7207
б) стойностна, в лв. $MS_{ac} = TR - TR_{be}$ в х. лв.	-985	6462	-2274	-288670	-273542
8. Относителна сигурност MS_r					
а) физическа, в ед. $MS_{ru} = MS_{au} : q$	-0, 0227	0, 0939	-0, 0172	-0, 1771	-0, 0919
б) стойностна, в лв. $MS_{rc} = MS_{ac} : TR$	2, 30	9, 37	-1, 71	-17, 71	-9, 19
9. Относителен пределен доход $CM_r = CM_a : TR$	29, 54	32, 10	29, 64	26, 69	28, 19
10. Ефективност към продажбите $R_s = (g : TR)$	-0, 66	2, 99	-0, 51	-4, 73	-2, 59
11. Ефективност към собствен капитал $R_e = CK$	-2, 88	18, 05	-5, 68	-30, 75	-22, 53
12. Ефективност към инвестиран капитал $R_s = (g : K)$	-1, 27	6, 69	-1, 11	-12, 74	-7, 79
13. Капиталов лост $G = PK : CK\%$	125, 30	169, 58	413, 66	141, 42	154, 24
14. Фактор на капиталовия лост $Re : Rc$, в пъти	2, 27	2, 70	5, 12	2, 41	2, 89

Както вече бе отбелязано в изложението анализът по критичната точка, основан на отчетна информация има значение преди всичко за

определяне на влиянието на отделните фактори върху финансовия резултат на предприятието. Отчитайки посочената изключително важна характеристика на

горското стопанство, а именно, че физическият обем на производството може да се приеме за константа в определения период (година), анализът трябва да се насочи към установяване влиянието на промените в цените и в разходите на горските стопанства. Данните в Таблица 1Б показват, че за периода 1994г. -1998г. физическият и стойностен критичен обем е по-голям от фактическият обем за три от годините на периода 1994г., 1996г. и 1997г. Абсолютната и относителна физическа и стойностна сигурност за тези години са отрицателни, а за 1995г. и 1998г. те са много ниски.

Допълнително съпоставяне на плановете и фактически физически обеми, респ. количества дървесина по категории на ГС Благоевград за периода показва, че отклоненията между тях са минимални и не влияят върху резултатите от анализа по критичната точка.

За да се определи влиянието на цените върху резултатите по метода "Обем-Печалба) е необходимо да се направи сравнение между постигнатите среднопретеглени продажни цени по категории дървесина от ГС Благоевград и среднопретеглените цени за страната за периода. Сравнителният анализ показва, че за ГС Благоевград цените на отделните категории дървесина са около и незначително по-високи от средните за страната за всяка от годините на периода. Следователно, отчитайки факта, че за изследвания период цените на дървесината се формират на принципа на пазарния автоматизъм (т. е. не се прилагат административни механизми при ценообразуването) може да се направи извода, че не е целесъобразно да се анализира влиянието на повишаването на цените на дървесината върху финансовите резултати на ГС Благоевград за периода. Вследствие от това основното внимание при анализа е насочено към установяване влиянието на промените в

разходите-постоянни и променливи върху финансовите резултати.

Промяната в средния променлив разход има непосредствено въздействие върху относителния пределен доход, а впоследствие и върху критичния обем на продажбите. Пример за влиянието на снижението на променливите разходи (при фиксиране на величините на останалите разходи) върху резултатите на ГС Благоевград за 1997г. е представен в Таблица 2Б. Използувана е методиката на Т. Трифонов.⁴ Прието е, че отчетните средни променливи разходи са намалени с 10%.

⁴ Трифонов, Т. същия изт. , 449-451с.

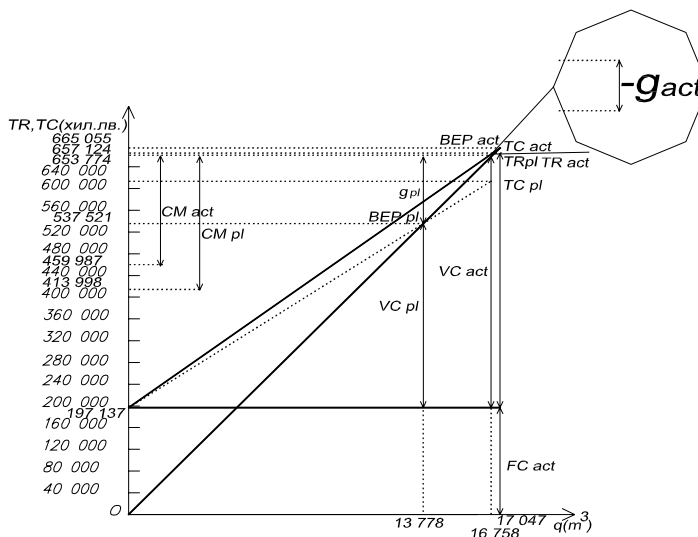
Таблица 2Б

**Влияние на понижването на променливите разходи върху резултатите от дейността на ГС
Благоевград за 1997г.**

Показатели	1997г.		
	Отчет	План	Промяна
1. Приходи от продажби TR в х. лв.	653774	653774	0
2. Себестойност на продажбите: променливи разходи VC в х. лв.	459987	413988	+45999
3. Пределен доход $CM_a = TR - VC$ в х. лв.	193787	239786	+45999
4. Постоянни разходи FC = f в х. лв.	197137	197137	0
5. Счетоводна печалба $g = TR - VC - FC$ в х. лв.	-3350	42649	+45999
6. Критичен обем на продажбите:			
а) физически, $q_{be} = f : (p - v)$ м ³	17047	13778	+3269
б) стойностен, в лв. $TR_{be} = pq_{be}$ в х. лв.	665055	537521	+127534
7. Абсолютна сигурност: MS_a			
а) физическа, в ед. $MS_{au} = (q - q_{be})$ в м ³	-289	2980	+3269
б) стойностна, в лв. $MS_{ac} = TR - TR_{be}$ в х. лв.	-11281	116253	+127534
8. Относителна сигурност MS_r			
а) физическа, в ед. $MS_{ru} = MS_{au} : q$	-0, 0172	0, 1778	+0, 195
б) стойностна, в лв. $MS_{rc} = MS_{ac} : TR$	-1, 72	17, 78	+19, 50
9. Относителен пределен доход $CM_r = CM_a : TR$	29, 64	36, 68	+7, 34
10. Ефективност към продажбите $R_s = (g : TR)$	-0, 51	6, 52	+7, 03
11. Ефективност към собствен капитал $R_e = CK$	-0, 96	12, 19	+13, 15
12. Ефективност към инвестиран капитал $R_s = (g : K)$	-0, 67	8, 48	9, 15
13. Капиталов лост $G = ПК : СК\%$	43, 83	43, 83	0
14. Фактор на капиталовия лост $Re : Rc$, в пъти	1, 43	1, 44	+0, 01

(+)изгодно

(-)неизгодно



Графика на критичната точка: намаляване на променливите разходи за един куб. м

От резултатите в Таблица 1Б, се вижда, че намаляването на средните променливи разходи 10%, води до повишаване на печалбата с 45 999 х. лв., на относителната стойност на сигурност с 19, 50%, на ефективността към продажбите с 7, 03% .

Интерес представлява определянето на това ниво на променливите разходи, при което ГС Благоевград няма да реализира загуба, т. е. печалбата g е нула.

Като заместим с данните за 1997г. в зависимостта:

$$g = TR - VC - FC$$

се получава $VC = 456\,637 \times \text{лв.}$,

Това означава, че ако VC се намалят с 0, 72% стопанството няма да реализира загуба.

По аналогичен начин може да се изследва влиянието на намаляването на променливите, респ. постоянните разходи за всяка друга година на периода.

От данните в Таблица 1С се вижда, че

физическият и стойностният критичен обем на ГС Сандански е по-висок от фактическите обеми за периода 1994г. - 1998г., с изключение на 1995г. Допълнителният анализ на плановите и фактическите количества дървесина по категории за периода показват, че отклоненията са несъществени, т. е. при определяне влиянието на факторите върху финансовите резултати не могат да се търсят резерви по отношение повишаване на обема на производството.

Същевременно сравнителният анализ на величината на продажните цени, постигнати от ГС Сандански за периода, показва, че те са около и незначително по-високи от средните за страната и следователно и за ГС Сандански факторите, които биха подобрили резултатите при анализа по метода "Обем-Печалба" са снижението на средните променливи, респ. на постоянните разходи.

От данните в Таблица 1Г се вижда, че

и за ГС Гърмен физическите и стойностни критични обеми са по-високи от отчетните за целия период 1994г. - 1998г. с изключение на 1995г. И за ГС Гърмен не е целесъобразно изследване на възможностите за повишаване на обема на добиваната дървесина по категории по изтъкнатата вече (при анализа на ГС Благоевград и ГС Сандански) причина. Сравнителният анализ на продажните цени на дървесината на ГС Гърмен показва (за разлика от ГС Благоевград и ГС Сандански), че докато за 1994г. -1996г. цените са около и незначително по-високи от средните за страната, то през 1997г. и особено през 1998г. те са по-ниски. Това означава, че за ГС Гърмен за 1997г. и 1998г. трябва да се изследва и влиянието на повишаването на цените върху финансовите резултати на стопанството.

Въз основа на данните в Таблица 1Г се вижда, че за да не се реализира загуба от ГС Гърмен през 1998г., т. е. печалбата g да е нула е необходимо повишаване на среднопретеглената цена на дървесината с 2, 59%.

В Таблица 2Г е разгледан пример за установяване на влиянието на повишаването на среднопретеглената цена на дървесината до нивото на средната за страната за 1998г. върху финансовите резултати на ГС Гърмен. От данните в Таблица 2Г се вижда, че повишаването

на цената на дървесината до средната за страната повишава финансовия резултат на ГС Гърмен с 2434883х. лв. Използувана е методиката на Т. Трифонов.⁵

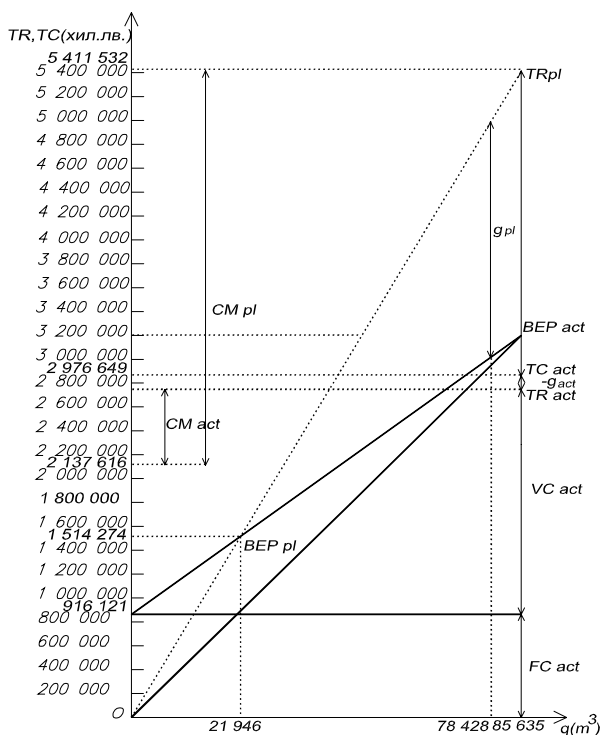
⁵ Трифонов, Т., същия изт. 445-447с.

**Влияние на понижването на средно претеглената цена върху резултатите от дейността на
ГС Гърмен за 1998г.**

Показатели	1998г.		
	Отчет	План	Промяна
1. Приходи от продажби TR в х. лв.	2976649	5411532	+2434883
2. Себестойност на продажбите: променливи разходи VC в х. лв.	2137616	2137616	0
3. Пределен доход $CM_a = TR - VC$ в х. лв.	839033	3273916	+2434883
4. Постоянни разходи $FC = f$ в х. лв.	916121	916121	0
5. Счетоводна печалба $g = TR - VC - FC$ в х. лв.	-77088	2357795	+2434883
6. Критичен обем на продажбите:			
а) физически, $q_{be} = f : (p - v)$ м ³	85635	21946	+63689
б) стойностен, в лв. $TR_{be} = pq_{be}$ в х. лв.	3250191	1514274	+1735917
7. Абсолютна сигурност: MS_a			
а) физическа, в ед. $MS_{au} = (q - q_{be})$ в м ³	-7207	56482	+63689
б) стойностна, в лв. $MS_{ac} = TR - TR_{be}$ в х. лв.	-273542	3897258	+4170800
8. Относителна сигурност MS_r			
а) физическа, в ед. $MS_{ru} = MS_{au} : q$	-0, 0919	0, 7202	+0, 8121
б) стойностна, в лв. $MS_{rc} = MS_{ac} : TR$	-9, 19	72, 02	+81, 21
9. Относителен пределен доход $CM_r = CM_a : TR$	28, 19	60, 50	+32, 31
10. Ефективност към продажбите $R_s = (g : TR)$	-2, 59	43, 57	+46, 16
11. Ефективност към собствен капитал $R_e = CK$	-22, 53	689, 06	+711, 59
12. Ефективност към инвестиран капитал $R_s = (g : K)$	-7, 79	238, 30	+246, 09
13. Капиталов лост $G = PK : CK\%$	154, 24	154, 24	0
14. Фактор на капиталовия лост $Re : Rc$, в пъти	2, 89	2, 89	0

(+)изгодно

(-)неизгодно



Графика на критичната точка: влияние на увеличаването на пазарната цена

Възниква въпросът за причината за по-ниските продажни цени на дървесината реализирана от ГС Гърмен за 1997г. и 1998г. Проучването показва, че това се дължи на природно бедствие - ветровал, довело до поваляне големи количества дървесина, извън разчетените количества, която трябва да се добие, извози и реализира. Вследствие на това на пазара са предлага в кратък период голямо количество дървесина (част от нея с влошено качество), което води до понижаване на цените. Това още веднъж показва спецификата на горското стопанство по отношение на плановите и фактически обеми на дървесината по категории и отражението на тези особености върху анализа по критичната точка.

Както вече бе отбелязано в изложението за периода 1999г. -2003г. държавните лесничейства не осъществяват стопанска дейност. Въпреки това с оглед изследване на финансовите резултати от добиването и продажбата на лесосечния фонд дървесина на територията на ДЛ Благоевград, ДЛ Сандански и ДЛ Гърмен, по метода "Обем-Печалба", те се разглеждат като условни териториално обособени стопански единици.

Поради това за периода 1999г. -2003г. показателите за анализ по метода "Обем-Печалба" имат в известна степен условен характер, тъй като приходите от продажби, променливите разходи, печалбата и т. н. от лесосечния фонд дървесина на територията на съответното държавно лесничейство,

реално се реализират от много различни стопански субекти. Поради това за 1999г. -2003г. при анализа по критичната точка са използвани предимно среднопретеглени цени и

променливи разходи, т. е. цени и разходи за 1m³ дървесина. Информацията необходима за анализ по метода "Обем – Печалба" е представена в Таблица 3.

Таблица 3

Приходи и разходи на дейностите по дървопроизводство и дърводобива на територията на ДЛ Благоевград, ДЛ Сандански и ДЛ Гърмен за 1999г. -2003г.

Показатели	Години				
	1999г.	2000г.	2001г.	2002г.	2003г.
ДЛ Благоевград					
1. TR (лв.)	390012	311701	203115	683740	873932
2. FC (лв.)	136080	348150	298497	360899	435939
3. Среднопретеглени променливи разходи – V(лв.)	12	11	11	11	11
4. Среднопретеглена цена – Р (лв.)	37	36	35	44	42
5. Критичен обем					
а) физ. qbe – м ³	5443	13926	12437	10936	14062
б) ст. TRbe – лв.	201391	501336	435295	481184	590604
6. Абсолютна сигурност					
а) физ. – м ³	5037	5181	-6687	4656	6720
б) ст. – х. лв.	188621	189635	-232180	202556	283328
ДЛ Сандански					
1. TR (лв.)	1074944	683186	689396	895827	817912
2. FC (лв.)	125106	344435	293111	355975	435364
3. Среднопретеглени променливи разходи – V(лв.)	14	13	14	13	12
4. Среднопретеглена цена – Р (лв.)	50	48	54	53	48
5. Критичен обем					
а) физ. qbe – м ³	3475	9841	7328	8899	12093
б) ст. TRbe – лв.	173750	472368	395712	471647	580464
6. Абсолютна сигурност					
а) физ. – м ³	17975	4459	5470	8164	4981
б) ст. – х. лв.	901194	210818	293684	424180	237448
ДЛ Гърмен					
1. TR (лв.)	2069616	1324448	2775899	4210512	3956724
2. FC (лв.)	435577	375042	336960	637668	967592
3. Среднопретеглени променливи разходи – V(лв.)	15	14	14	15	16
4. Среднопретеглена цена – Р (лв.)	52	49	55	62	76
5. Критичен обем					
а) физ. qbe – м ³	11772	10715	8219	13567	16126
б) ст. TRbe – лв.	612144	525035	336979	841154	967560
6. Абсолютна сигурност					
а) физ. – м ³	27686	16572	42666	37318	34759
б) ст. – х. лв.	1457472	799413	2438920	3369358	2989164

От данните в Таблица 3 се вижда, че за периода 1999-2003г. с изключение на ДЛ Благоевград за 2001г., и за трите държавни лесничейства физическите и стойностни критични обеми са по-ниски от фактическите. Абсолютната физическа и стойностна сигурност са високи. Допълнителен анализ на резултатите на ДЛ Благоевград за 2001г.

показва, че причината за тези резултати е, че фактически добитите количества дървесина по категории са по-ниски от предвидените по разчет.

Влиянието на повишаването на физическия обем върху финансовите резултати на ДЛ Благоевград за 2001 г. до разчетните количества е представено в Таблица 4Б.

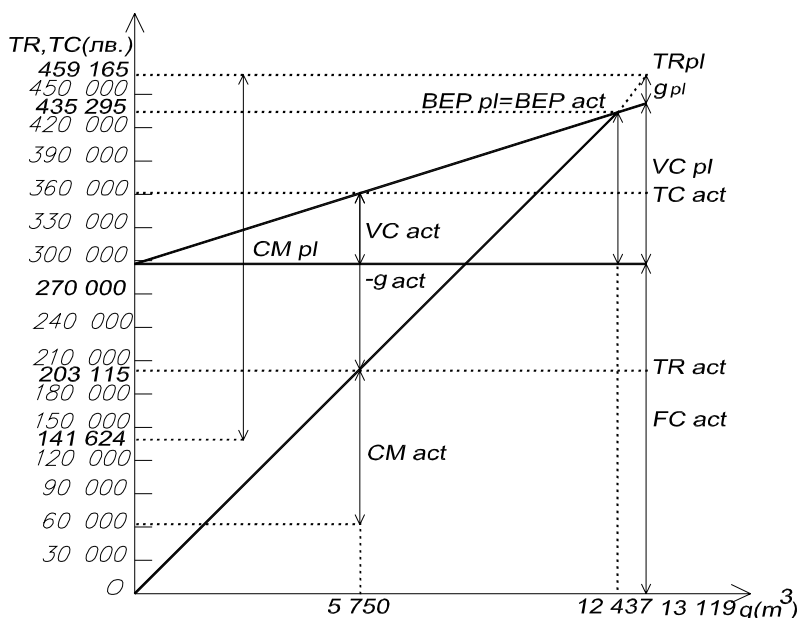
Влияние на повишаването на обема върху резултатите от дейността на територията на ДЛ Благоевград за 2001г.

Показатели	Отчет	План	Промяна
1. TR (лв.)	203115	459165	+256050
2. FC (лв.)	298497	298497	-
3. Среднопретеглени променливи разходи – v(лв.)	11	11	-
4. Среднопретеглена цена – p (лв.)	35	35	-
5. Критичен обем	12437	12437	-
а) физ. qbe – м ³			
б) ст. TRbe – лв.	435295	435295	-
6. Абсолютна сигурност	-6687	682	+7369
а) физ. – м ³			
б) ст. – х. лв.	-232180	23870	+256050

(+)изгодно

(-)неизгодно

Фигура 3



Графика на критичната точка: влияние на увеличаването обема на продажбите

Анализът на факторите, формиращи финансовите резултати на трите лесничейства за 1999г. -2003г. показва: цените на дървесината по категории са около и по-високи от средните за страната, обемът на фактически добитата дървесина е с незначителни отклонения спрямо плановия (с изключение на ДЛ Благоевград за 2001г.). Т. е. налага се изводът, че

основният фактор за добрите финансови резултати от дейността по дърводобива на територията на ДЛ Благоевград, ДЛ Сандански и ДЛ Гърмен е нивото на разходите-постоянни и среднопретеглени променливи разходи. Постоянните разходи, както вече бе отбелязано, за периода са свързани с разходите на лесничействата, т. е. с издръжката на тяхната дейност.

Основният фактор за подобрените финансови резултати е снижението на среднопретеглените променливи разходи, т. е. на повишената производителност на труда и ефективността на дейността по дърводобива при частното предприемачество в тази сфера.

Допълнителен анализ на разходите на трите държавни лесничества показват, че към 2003г., се наблюдава недостиг на финансов ресурс от около 15% за обезпечаване на мероприятията по възобновяване и стопанисване на гората. Намалени са предвидените разходи по бюджетната сметка за лесокултурни дейности. Същевременно и трите лесничества изпълняват разчетените приходи по приходната част на бюджетите си. Следователно недостигът на финансов ресурс за осъществяване на дейностите по възобновяване и стопанисване на горите се дължи на недостатъци при формиране на бюджетите на лесничествата. От гледна точка на анализа по метода "Обем-Печалба" повишаването на разходите на лесничествата с 15%, (т. е. на постоянните разходи с 15%) през 2003г. води до намаляване на абсолютната стойностна сигурност с 31, 28% за ДЛ Благоевград, с 36, 68% за ДЛ Сандански и с 24, 21% за ДЛ Гърмен. Физическата и стойностна сигурност остават достатъчно високи, т. е. приходите от дейността по дърводобива позволяват финансиране в необходимия размер на дейностите по възобновяване и стопанисване на гората, респ. по дървопроизводството.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въз основа на резултатите от анализа по метода "Обем-Печалба" на дейността на държавните лесничества Благоевград, Сандански, Гърмен могат да се направят следните изводи:

1. За периода 1994г. -1998г.

-физическите критични обеми, т. е. количествата дървесина по категории са

по-високи от фактически добитите количества и за трите горски стопанства с изключение на 1995г., а за ГС Благоевград и през 1998г. ;

-стойностните критични обеми са по-високи от приходите и на трите горски стопанства, с изключение на 1995г., а за ГС Благоевград и за 1998г.

-абсолютната и относителна физическа и стойностна сигурност са отрицателни за трите горски стопанства, с изключение на 1995г., а за ГС Благоевград и 1998г.

-показателите за ефективност са отрицателни с изключение на 1995г., а за ГС Благоевград и през 1998г. ;

-не е целесъобразно изследване на влиянието на повишаване на обема върху финансовите резултати, тъй като отчетните количества дървесина по категории, са с незначителни отклонения спрямо плановите;

-за ГС Благоевград и ГС Сандански среднопретеглените цени на дървесината са около и незначително по-високи от средните за страната, поради което не могат да се търсят резерви за повишаване на финансовите резултати, чрез повишаване на продажните цени.

-през 1997г. и 1998г. среднопретеглените цени на дървесината за ГС Гърмен са по-ниски от средните за страната, поради което в резултат на изследване на влиянието на повишаването на цените, се установява значително подобряване на финансовите резултати.

-причина за по-ниските цени за ГС Гърмен за 1997г. и 1998г. е ветровал, който води до рязко повишаване на количеството на дървесината, предлагана на пазара, а оттам и до спадане на нейната цена.

-основни фактори за подобряване на резултатите на горските стопанства са понижаването на среднопретеглените променливи разходи и постоянните разходи.

За периода 1994-1997г. заплащането на труда на заетите в горските

стопанства е по-ниско от средното за страната. Същевременно използваните материали, външни услуги и т. н. са закупувани по пазарни цени. Това означава, че основните резерви за понижаване на среднопретеглените променливи и на постоянните разходи са в повишаване на производителността на труда и ефективността на дейностите по дървопроизводството и дърводобива.

2. За периода 1999г. -2003г.

-физическите критични обеми, т. е. количествата дървесина по категории, са по-ниски от фактически добитите количества и за трите държавни лесничейства, с изключение на ДЛ Благоевград за 2001г.

-стойностните критични обеми са по-ниски от фактическите приходи от

дейността по дърводобива на територията на трите държавни лесничейства, с изключение на ДЛ Благоевград за 2001г.

-абсолютната физическа и стойностна сигурност са високи, с изключение на ДЛ Благоевград за 2001г.

-среднопретеглените цени на дървесината по категории са по-високи от средните за страната, което е фактор за добрите финансови резултати от дейността по дърводобива.

-повишените финансови резултати се дължат главно на повишената производителност на труда и ефективност на дейността по дърводобива, осъществявана от частните предприемачи.

ЛИТЕРАТУРА

Трифонов, Т. 2000. Счетоводен анализ на фирмата Управленско счетоводство I част, София, Ciela, 440с.

Solberg, B. and K. Rykowski . 2000. Institutional and Legal Framework for Forest Policies in EGA Region and Selectec OECD Countries - A Comparative Analysis. Forest Policy Review and Strategy Development: Analytical Studies/Issues Paper. The World Bank, Washington DC, USA. Available at: <http://wbln0018.worldbank.org>

Закон за горите. Обн., ДВ., бр. 125 от 09. 12. 1997 г., изм. и доп. бр. 79 от 10. 07. 1998 г., бр. 133 от 11. 11. 1998 г., доп. бр. 26 от 23. 03. 1999 г., изм. и доп. бр. 29 от 07. 04. 2000 г., бр. 78 от 26. 09. 2000 г., доп. бр. 77 от 09. 08. 2002 г., изм. бр. 79 от 16. 08. 2002 г., бр. 99 от 22. 10. 2002 г., изм. и доп. бр. 16 от 18. 02. 2003 г.

доц. д-р МАРИЯ ШИШМАНОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМИШЛЕНОСТТА ЧРЕЗ ОБЩИТЕ УСТРОЙСТВЕНИ ПЛАНОВЕ И ЕКОЛОГИЧНИТЕ ОЦЕНКИ ЗА ТЯХ

INDUSTRIAL MANAGEMENT THROUGH GENERAL URBAN SPATIAL DEVELOPMENT
PLANS AND ENVIRONMENTAL ASSESSMENTS THEREOF

Assoc. Prof. Dr. MARIA SHISHMANOVA

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Concrete studies of development strategies, municipal management programmes general urban spatial development plans, environmental Assessments thereof and environmental impact Assessment reports for investment of a town or municipality. Economic management can no longer ignore the numerous requirements for environmental and human resources sustainability.

Key words: industrial management, general urban spatial development, development strategy, management programme, environmental and human resources sustainability.

ВЪВЕДЕНИЕ

Проблем при развитието на промишлеността след въвеждането на пазарното стопанство е приспособяването на промишлените зони към днешните условия след реституция, приватизация, промяна на дейностите в тях, съвместимостта им - нови и заварени дейности, ненарушаващи екологичните изисквания по Наредба №7 и Наредба №2 на Министерството на здравеопазването. Осъществява се на практика "първият заел територия" диктува правилата за локализиране на следващите възможни за развитие дейности.

Обект на изследването е градът с неговия икономически, социален и екологичен потенциал, процеси и явления, състояние и бъдещо развитие.

Предмет на изследването са факторите, влияещи върху развитието на промишлеността чрез териториалните и екологични особености на промишлените зони и спецификата на населеното място - градът.

Целта на изследването е: Анализирание състоянието и проследяване възможностите чрез стратегиите, плановете за развитие, програмите за управление на общината

и съответно общите устройствени планове на градовете да се влияе върху бъдещото развитие на промишлеността; реструктуриране на промишлеността и промишлените терени така, че общината да разполага със собствени терени, които да менаджира за привличане на нови инвестиции.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

За изследването са използвани стратегиите и програмите за управление развитието на съответните общини, общите устройствени планове на градовете /на примера на Горна Оряховица/, както и екологичните оценки на тези устройствени планове, програми и други допълнителни аналитични материали събирани по повод това изследване /напр. анкети/. Използваните методи са сравнителен анализ, SWOT-анализ, ретроспективен анализ за развитието на съответния град, метод на екологичната оценка.

Цялата тази процедура се извършва, за да се достигне до осъществяване на конкретното инвестиционно намерение.

1. ОЦЕНКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО НА ОКОЛНАТА СРЕДА /ОВОС/

Екологичната оценка на ниво инвестиционно предложение се нарича Оценка на въздействието върху околната среда. Целта на ОВОС е да представи на вземащите решение достатъчно информация за околната среда преди вземането на официални решения, с оглед на съобразяването им с въздействието на инвестиционното предложение върху околната среда (Ръководство за ЕО на планове и програми).

ОВОС се свързва с решенията за одобряване на дадено инвестиционно предложение и е едно от последните важни решения преди одобряването на инвестиционното предложение. Това са конкретните решения, свързани предимно с местоположението и технологичното решение на инвестиционното предложение, отнасящи се по-скоро до ограничаване, отколкото до предотвратяване на въздействието върху околната среда. Тази процедура трябва да се прилага за оценяване на въздействието върху околната среда на определени обществени и частни инвестиционни предложения, за които се очаква въздействие върху околната среда.

2. СТРАТЕГИЧЕСКА ЕКОЛОГИЧНА ОЦЕНКА /СЕО/ ИЛИ ЕКОЛОГИЧНА ОЦЕНКА НА ПЛАНОВЕ И ПРОГРАМИ

Най-общо решенията могат да бъдат вземани на две нива:

➤ Решения на стратегическо ниво: отнасят се до законодателство, секторни политики, планове и програми.

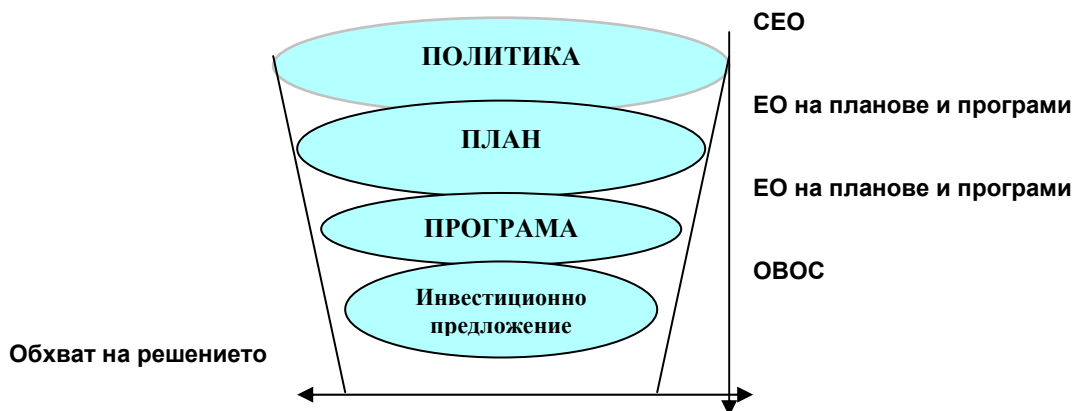
➤ Решения на ниво инвестиционни предложения: свързани с одобряване на реализацията на конкретни обекти.

Решенията на ниво инвестиционно предложение обикновено са предшествани от стратегически решения. Тези стратегически решения могат да се отнасят до секторни политики, планове и програми. Екологичната оценка на ниво политики, планове и програми се явява Стратегическа екологична оценка. Като и при ОВОС, целта на СЕО е да се представи на вземащите решение информация, чрез която те да вземат под внимание влиянието на плана или програмата върху околната среда. СЕО се явява систематичен процес за оценяване на екологичните последици от *предложените секторни политики, планове и програми, които формират рамката на планиране за инвестиционните предложения* на най-ранния етап на вземане на решение и да направи процеса по-прозрачен посредством консултации и участие.

3. СРАВНЕНИЕ МЕЖДУ ОВОС НА ИНВЕСТИЦИОННИТЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ЕО НА ПЛАНОВЕ И ПРОГРАМИ

ОВОС и ЕО са инструменти за превантивен контрол, подпомагащи вземането на крайно решение за одобряване или отхвърляне съответно на инвестиционни предложения, планове и програми.

Разликите между ОВОС и ЕО са свързани основно с вида на предмета на оценката, което е предпоставка за различия в подхода, методологията и процедурата.



Представената фигура дава връзката между нивата на вземане на решения и вида на оценка, приложима на съответното ниво.

АНАЛИЗ, РЕЗУЛТАТИ И ОБОБЩЕНИЯ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО

Настоящото изследване обхваща теоретично обобщение на нивата на планиране и връзките им с инструментите за управление на околната среда. Конкретно се спира на прединвестиционните стъпки - устройствените планове с които се определят възможните територии /производствени терени/ за конкретните инвестиционни намерения.

А. Стъпки на процеса на планиране

В България има два основни закона, които определят процедурите по планирането на територията и те са:

а. Закон за устройство на територията, който дава насоки за изготвяне на различни видове устройствени планове на общинско ниво (ЗУТ), и;

б. Закон за регионално развитие, който дава насоки за изготвяне на планове за регионално развитие общинско, областно и национално равнище (ЗРР).

Практиката в областта на планирането показва, че този процес има седем типични стъпки. В повечето случаи те могат да бъдат прилагани директно, а в други трябва да бъдат пригодени за конкретна система на

планиране предвидена от законодателството. Следователно, първата задача е да се определят етапите на планиране, за да могат да се формулират съответните задачи за екипа по оценката /ЕО/.

А1. Стъпки на процеса на планиране:

Инициране на плана/програма /П/П/, цели и взаимовръзки с други П/П.

1. Анализ на съществуващите проблеми в областта/сектора, за който се разработва П/П.

2. Определяне на конкретните цели на П/П.

3. Изготвяне на възможности "стратегически" алтернативи на П/П.

4. Подробно разработване на избраната алтернатива на П/П.

5. Окончателно предложение за П/П /включително реализацията и контрола на изпълнението/.

6. Решение относно П/П /+обосновка за органа, вземащ решението/

А2. Стъпки на екологичната оценка

Разделът от Закона за опазване на околната среда (ЗООС), отнасящ се до екологична оценка на планове и програми, очертава рамката за екологична оценка на планове и програми. Тези изисквания са използвани при разработването на стъпките на екологичната оценка:

1. Описание на мястото на П/П в системата на планиране.

2. Анализ на важни екологични проблеми, имащи отношение към П/П.

3. Определяне на съответните екологични цели за П/П.

4. Оценка как различните алтернативна П/П спомагат за постигане на екологичните цели, имащи отношение към П/П.

5. Оценка на въздействията върху околната алтернатива на П/П.

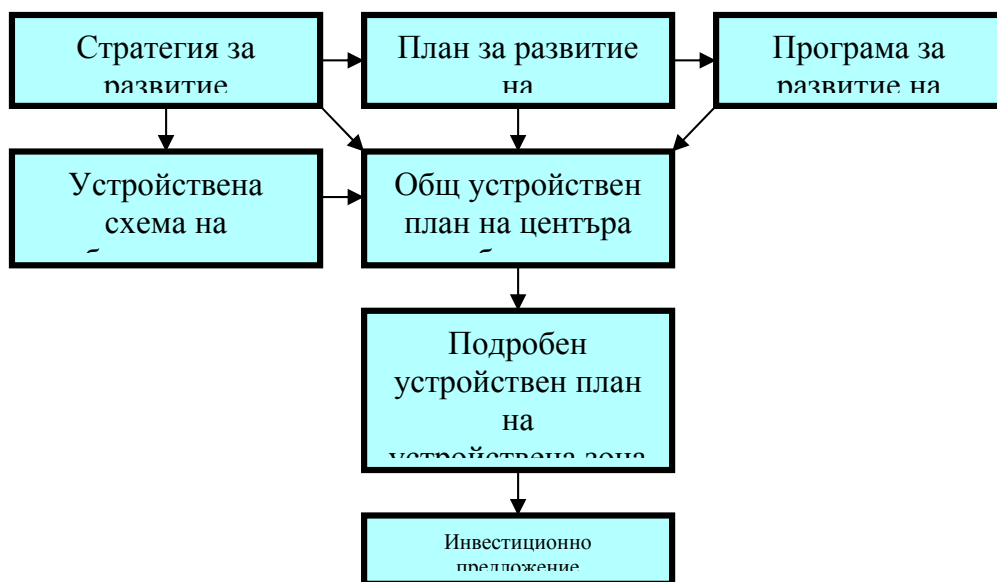
6. Разработване на мерки за намаляване и мониторинг на

въздействията на избраната алтернатива на П/П върху околната среда.

7. Обосновка и обобщение за органа, вземащ решението.

Представяне на резултатите от оценката във вид достъпен за широката общественост.

Интегрирането на стъпките на процеса на планиране и на процеса на изготвяне на екологична оценка сега се "трансформират" в задачи за планиращия екип и екипа по екологична оценка.



Община Г. Оряховица има сравнително добре развита икономическа база. Съгласно Стратегията за развитие на Общината (Стратегия за развитие на община Горна Оряховица) **основните приоритети са:**

1. Стабилизиране на Общинската икономика, чрез обединяване на усилията на гражданското общество и развитие на социална основа за активизиране на бизнес средата, стимулиране на предприемачеството-предприемаческия бизнес.

2. Разработване на проекти за развитие на социалната реформа на общинско ниво, чрез разработване на оздравителни компенсиращи програми за осигуряване на работни места за трайно безработните и млади хора-разчети за 350 броя места годишно.

3. Изграждане на Общински гаранционен фонд за подкрепа на дребния и среден бизнес в Общината.

4. Подпомагане на развитието на отрасъл селско стопанство (имащ индиректно влияние за обхвата на ОУП/, чрез разработване на съвместна програма с общинска служба

"Земеделие", агробизнес центъра, представителите на частния бизнес и други за:

- развитие на поливното земеделие;
- развитие на цвеклопроизводството и захародобива;
- развитие на кооперативното и фамилно земеделие;
- развитие на дребното частно и фамилно животновъдство;
- създаване на тържища за селскостопанска продукция;

5. Поддържане на дейността на "Гише на предприемача".

Предначертаните конкретни мерки в програмата за управление (Програма за управление на община Горна Оряховица) могат да се резюмират в следните точки:

1. Изграждане на селскостопанско тържище в съдружие с производители и преработватели на селскостопанска продукция в района на международното летище Г. Оряховица; /вече реализирано - 9 Смф в ОУП/

2. Отдаване на общинска земя под наем или аренда за създаване на възможности за възстановяване на традициите в производството на плодове, зеленчуци и технически култури;

Целта на програмата за управление е постигането на устойчиво развитие на Община Горна Оряховица и успешно адаптиране на местната икономика, социалните дейности, услугите, местното самоуправление и местната администрация към изискванията на Европейския съюз.

Основните приоритети на тази програма са:

- Устойчиво икономическо развитие на общината;
- Привличане на чужди инвестиции;
- Газификация на индустрията, публичния сектор и бита в Горна Оряховица;
- Изграждане на пречиствателна станция за отпадните води;

➤ Изграждане на регионално депо за твърди битови отпадъци;

➤ Подпомагане на предприемачеството и насърчаване на частния и кооперативния сектор;

➤ Предприемане на конкретни мерки за решаването на проблемите с незавършеното строителство;

➤ Довършване на инвентаризацията на общинската собственост и реализиране на конкретни мерки за по-ефективното ѝ използване;

➤ Реализация на програмата за енергийна ефективност в публичния сектор;

➤ Ефективна приватизация и следприватизационен контрол;

➤ Ефективно управление на дружествата с общинско участие;

➤ Увеличаване на трудовата заетост;

Тези приоритети създават възможност за изграждане на добра бизнес среда привлекателна за инвестиции, а това изисква:

➤ Подпомагане на предприемачеството и насърчаване на частния сектор.

➤ Привличане на инвеститори, които да осигуряват устойчив икономически растеж и конкурентноспособност на приватизационните дружества;

➤ Финансово обезпечаване на общинската инвестиционна политика

➤ Осигуряване на нови инвестиции за подобряване на производствената и техническата инфраструктура, за придобиване на дълготрайни материални активи със социално предназначение.

Провеждане на маркетинг и представяне на обектите за приватизация с цел привличане на инвеститорския интерес към тях.

➤ Създаване условия за развитие на екологично чисти производства, туризъм и земеделие

Отраслите, които определят икономиката на общината са : машиностроене, енергетика,

транспорт, производство на строителни изделия и леката промишленост.

Строителството, търговията, химическата промишленост и селското стопанство – са другите отрасли, допринасящи за икономиката на общината.

При анализиране (Екологична оценка на ОУП гр. Г. Оряховица) на **Общия устройствен план** на гр. Горна Оряховица (ОУП гр. Горна Оряховица) на основните производствени и стопански дейности в зависимост от отделяните вредности и технология на производствените процеси се обособяват хигиенно-защитни зони от 1000, 500, 300, 100 и 50м. (Наредба№7 на МЗ).

Въз основа на тези зони и резултатът като "покрытие" на селищната територия, респективно жилищната зона от тях е, че:

➤ санитарно-охранна зона 1000м - е с най-голямо покритие и се получава от жп гарата с нейните ареали - кв. Калтинец, кв. Пролет, кв. Гарата, част от североизточната част на централната градска част и северната част от лесопарка, която е извън регулация. /почти една втора от него/. В тази зона попада и половината територия на с. Правда;

➤ санитарно-охранната зона 500м /химическо производство/ - се намира в периферията на промишлената зона Изток на регулацията на града и не засяга жилищна зона /13/Пс/ от Общия устройствен план /ОУП/;

➤ санитарно-охранна зона 300м - това са производства намиращи се по периферията на промишлена зона Изток /напр. по ОУП - 13/Смф, 12/Смф, 11/Смф, 11/Пс и 9/Смф/, както и в северозападна посока промишлените зони /3/Смф, 24/Смф/, на север над жп линията по ул. Ан. Страшимиров /напр. 2/Пс, 8/Пс, /на запад 5/Смф/, и промишлените зони на с. Първомай;

➤ санитарно-охранна зона 100м - в голямата си част са тези фирми, които са

разположени от изток на жилищните квартали на града и отчасти ги "захапват". Те са ситуирани в промишлена зона Изток /4/Пп, 5/Пп, 9/Пс, 12/Пп/, но такива има и в промишлена зона Север /1/Пс, 2/Смф/ и др. /, на запад 25/Смф/;

➤ санитарно-охранна зона 50м - тези фирми са разположени в 19/Пс и 57/Жм.

В санитарно охранната зона 1000м на север от жп линията се наслагват и зони от 300 и 100м.

В момента се извършват продажби на терени, сгради и съоръжения и е пристъпено към реструктуриране в промишлените зони. Всички тези санитарно-охранни зони 1000, 500, 300, 100 и 50м са по видове производствени и обслужващи дейности и е необходимо да се знаят от евентуалните купувачи и бъдещи инвеститори. Освен това има и съвместимост или несъвместимост на видовете производства. В промишлените зони видовете производствени и стопански дейности се групират по отраслова принадлежност и санитарен клас, при което не трябва да се създават условия за взаимно неблагоприятно влияние и натоварване на средата с вредности.

Устройството на производствените зони е извършено съгласно Наредба №7 на МРРБ (Правила и нормативи за устройство на отделните видове територии и устройствени зони). Определени са три вида производствени територии:

➤ **Предимно производствена зона /Пп/**, като се застрояват предимно с производствени, складови, административни, търговски и обслужващи сгради и съоръжения;

➤ **Предимно складова дейност /Пс/;**

➤ **Смесени функции /Смф/**, съгласно Наредба № 01/8 на МРРБ (Обем и съдържание на устройствените схеми и планове),

придружаваща Закона за устройство на територията. В тези територии се локализируют производства и дейности съгласно Наредба №7 за хигиенните изисквания за здравна защита на селищната среда и Наредба №2 на Министърство на здравеопазването.

Тези зони са създадени с този план. С тяхното създаване се предоставят големи възможности за по-гъвкаво локализиране на разнообразни производства.

В случая не може да се говори все още за инвестиционни проекти, тъй като стъпките са първо изготвяне на Подробен устройствен план /ПУП/ на терените определени за нови производствени или стопански дейности и след което, изготвяне на проект - проекти за определеното инвестиционно намерение.

Промислеността на града е съсредоточена в две промишлени зони – Източна /по-голяма/ и Северна. В резултат на приватизацията и реституцията предприятията стават частна собственост. Общината не разполага с никакви общински терени за разполагане на производствена или складова дейности в тези зони.

За целта Общият устройствен план предлага нови терени за промишлени дейности, с които Общината да оперира при инвестиционни намерения, които отговарят на нейните принципи и изисквания заложи в Стратерията за развитие и Програмата за управление на общината.

За съжаление по-голямата част от предприятията, намиращи се в регулационните граници на града, не са отговорили на разпространените

анкети. Поради това не е направен пълен технико-икономически анализ на промишлените площадки.

По ОУП в регулацията се включват нови терени за промишлени дейности:

- север- смесени многофункционални зони - /6, 8, 9 Смф/ и

- предимно производствени зони - /2 Пп/

- юг и югоизток - също за смесени многофункционални зони /12, 20, 21, 22 Смф/

- запад -сщо за смесени многофункции зони /5, 24, 25 Смф/ и предимно складови зони /3 Пс/

- Реституирани земеделски земи в регулация: 15, 16, 17, 18 Смф;

- Бивши селскостопански дворове: с. Първомайци - 1, 2, 3, 4, 5 Смф и с. Правда - 1, 2 Смф

- Незастроени промишлени терени са: 1, 6, 7, 8, 12, 21, 22 и част от 24 Смф.

- Реконструирани промишлени терени са 10, 11, 13 Смф.

Терените за производствени обекти се увеличават в проекта със 127, 44ха /36, 74%/, терените за улици и площи с 4, 7ха, за специални нужди с 21, 3ха, а зелените площи с 6, 17ха. Терените за транспортни нужди в т. ч. ж. п. транспорт остават същите, а тези за други терени намаляват със 17, 21ха. Общо селищното стопанство се увеличава с 142, 40ха или с 25, 77%.

Това увеличение на промишлените терени предоставя пълни възможности за довършване на преструктурирането на икономиката, привличане на чужди инвестиции и намаляване до максимум на безработицата

БАЛАНС НА ТЕРИТОРИЯТА

№	Елементи на територията	Съществуващо положение			Проект		
		Обща площ-ха	% от зоната	М ² /ж	Обща площ-ха	% от зоната	М ² /ж
• Б. ЗОНА НА СЕЛИЩНОТО СТОПАНСТВО							
6.	Терени на производ. Обекти	346, 8	62, 77	83, 87	474, 24	68, 24	105, 39
7.	Терени за транспорт. Инфраструктура	60, 59	10, 97	14, 65	60, 59	8, 72	13, 46
	-ж. п. транспорт	60, 59	100, 00	14, 65	60, 59	100, 00	13, 46
8.	Терени за улици и площади	48, 97	8, 86	11, 84	53, 67	7, 72	11, 93
9.	Терени за специални нужди	41, 20	7, 45	9, 96	62, 50	8, 99	13, 89
10.	Зелени площи	12, 96	2, 34	3, 13	19, 13	2, 75	4, 25
11.	Други терени	41, 98	7, 61	10, 15	24, 77	3, 56	5, 50
	ОБЩО т. Б	552, 50	100, 00	127, 08	694, 90	100, 00	154, 42

ИЗВОДИ

Приложената по-горе блоксхема илюстрира последователността и обвързаността на планирането съгласно ЗРР и ЗУТ, т. е. управлението на икономическите, социалните и екологични процеси и явления на ниво община и пространствено им прилагане чрез последващите ги териториални планове за тяхното осъществяване.

Заложените отрасли за развитие на промишлеността в стратегията, плана и

програмата на общината трябва да намерят своето пространствено отлагане в Общия устройствен план /в промишлените зони/ и последващите го Подробни устройствени планове, Работни устройствени планове и накрая в плана за конкретното инвестиционно намерение. Съгласуваното обвързване на всичките нива и видове стратегии, планове и програми е гаранция за успех при управлението на икономиката на дадена територия.

ЛИТЕРАТУРА

Екологична оценка на ОУП град Горна Оряховица. Трайчева, Св., М. Шишманова и др. 2005. ПОВВИК - ООС, С.

Закон за опазване на околната среда. обн., ДВ, бр. 911 от 255. 09. 2002г., попр., бр. 98 от 18. 10. 2002г., изм., бр. 86 от 30. . 9. 2003г.

Закон за регионално развитие. обн., ДВ, бр. 14 от 20. 02. 2004 г., в сила от 20. 02. 2004 г.

Закон за устройство на територията. Обн. ДВ, бр. 1 от 2001 г., изм. и доп., бр. 41 и 111 от 2001 г., бр. 43 от 2002г., бр. 20 от 2003 г., бр. 65 от 22 2003 г.

Наредба № 7 от 22. 12. 2003 г. за правила и нормативи за устройство на отделните видове територии и устройствени зони. обн., ДВ, бр. 3 от 13. 01. 2004 г., в сила от 13. 01. 2004 г.

Наредба № 7 от 25. 05. 1992 г. за хигиенните изисквания за здравна защита на селищната среда. Обн., ДВ, бр. 46 от 4. 06. 1992 г., изм. и доп., бр. 46 от 7. 06. 1994 г., бр. 89 от 22. 10. 1996 г., изм., бр. 101 от 26. 11. 1996 г., изм. и доп., бр. 101 от 4. 11. 1997 г., бр. 20 от 5. 03. 1999 г.

Наредба №8 Обем и съдържание на устройствените схеми и планове от 14. 06. 2001г, обн., ДВ, бр. 57 от 26. 06. 2001 г., в сила от 1. 08. 2001 г.

Общ устройствен план на град Горна Оряховица. Кънева, И. и колектив. 2004. НЦТР. С.

Програма за управление на Община Горна Оряховица. Общ. Горна Оряховица, 2003.

Ръководство за екологични оценки на планове и програми в България. 2002. ПОВВИК – ООС. Искър ЕООД, С.

Стратегия за развитие на Община Горна Оряховица 2000-2006. Общ. Горна Оряховица. 2000

гл. ас. МИЛЕНА ФИЛИПОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

МОТИВАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ НА ПИВО

BEER CONSUMER'S MOTIVATION

Chief Ass. Prof. MILENA FILIPOVA

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Three major trends can be distinguished in the motivation of Bulgarian beer consumers. At one hand - they drink beer with purely pragmatic, physiological motives – “as it makes a good combination with food”, “for refreshment”, “for quenching the thirst”. At the other hand a significant place is taken by the motives concerning the drink’s image and the resulting satisfaction – “to enjoy the taste”, “to feel good”, “this is my favourite drink”. The third group of motives is connected with the social functions of the drink – “to be a member of the group”, “helps me make social contacts”.

Key words: beer, brewery companies, motivation, consumers

ВЪВЕДЕНИЕ

На пивото се наслаждават хора от цял свят и от векове то е неделима част от обществото в много култури по света. То е естествена, здравословна и утоляваща жаждата напитка и прекрасно се съчетава с нормалния здравословен начин на живот.

По потребителска ориентация продуктите на пивоварните предприятия могат да бъдат класифицирани като преферентни продукти, т. е., те изискват малко усилия от страна на потребителя (изискват малко парични средства, не е необходимо много време при купуването им) и ниска съпричастност (не е необходим дълъг мисловен процес при покупката), но от съществено значение са марката на продукта и предпочитанията на клиентите.

Целта на настоящата разработка е да се представят резултати от проучване на мотивите и най-характерните ситуации, при които се консумира пиво и на тази основа да се формират потребителски групи, към които пивоварните предприятия да насочат предлагането на своите продукти.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ

База за разработката е проучване проведено от автора по метода интервю

лице-в-лице с потребители в градовете София, Пловдив, Варна, Благоевград, Хасково и Плевен, относно мотивите и ситуациите за консумация на пиво. Целевата група се състои от потребители на пиво на възраст 18-55 години, като 80% от тях са мъже и 20% жени. Подборът на изследваните лица е извършен чрез скрининг.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

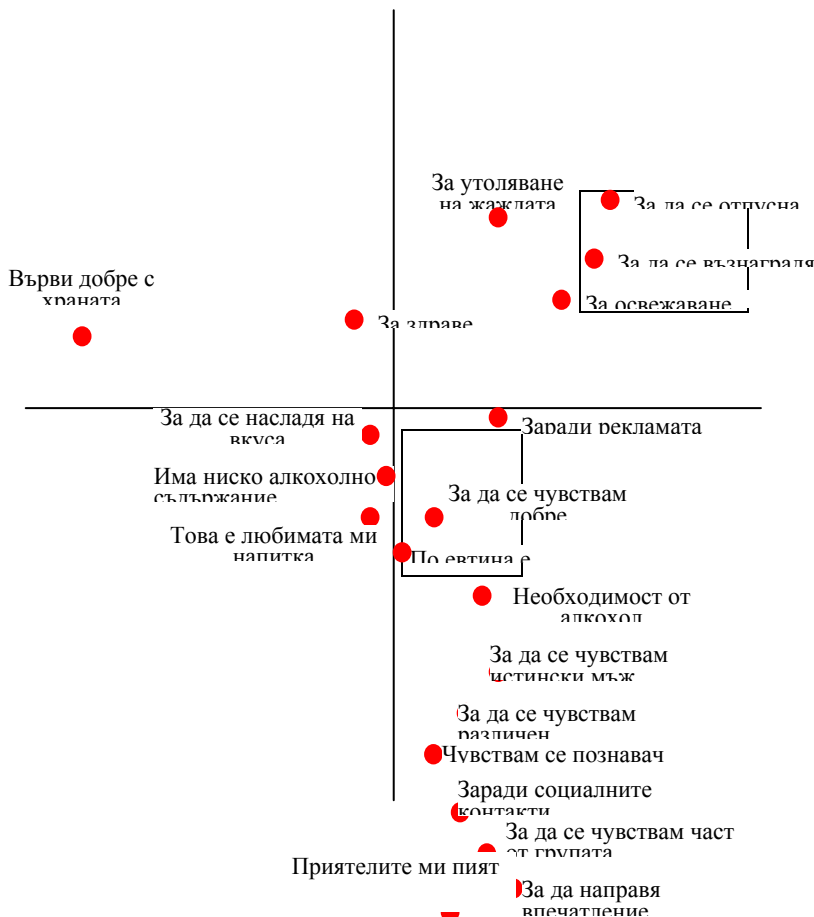
Както е известно, “Това, което кара различните хора да действат по различен начин и хората намиращи се при различни условия, да действат по еднакъв начин е мотивацията” (Рамчев, 1997, 46). За пивоварните предприятия от особено значение на съвременния етап е да познават основните мотиви, които са в основата на потребителския избор на определена марка или асортимент пиво. Поради това е необходимо да отчитат, че “Действията на купувача по всяко време се влияят от комплект от мотиви, а не само от един мотив. В определен момент някои мотиви в комплекта са по-силни от другите, но силата на мотивите е различна” (Прайд, Феръл, 1996, 79). Например мотивите за халба студена бира са по-силни вечер, отколкото сутрин веднага след събуждане.

На база на анализа на резултатите от направеното от нас проучване могат да бъдат разграничени три основни линии в мотивацията на българските консуматори на пиво- от една страна, те пият бира с чисто прагматични, физиологични мотиви- “защото върви добре с храната”, “за освежаване”, “за утоляване на жаждата”, “за отпускане”. От друга страна, важно място заемат мотивите, свързани с имиджа на напитката сама по себе си и удоволствието от нея- “да се насладиш на вкуса”, “да се чувстваш добре”, “това е любимата ми напитка”, “ниското алкохолно съдържание”. Третата група мотиви е свързана със социалните функции на напитката- “да се чувствам част от групата”, “помага ми да имам

социални контакти”, “да направиш впечатление”. Трите групи от мотиви са представени на графика 1. В горната половина на координатната система са разположени физиологичните мотиви, в долната половина на координатната система са разположени мотивите, свързани със социалните функции на напитката, а между тях мотивите, свързани с имиджа на напитката сама по себе си и удоволствието от нея. От значение е разстоянието между отделните мотиви върху координатната система. Мотивите от всяка една от посочените по-горе групи са разположени близо един до друг и са оградени с квадрат на фигура 1 (вж фигура 1).

Физиологични мотиви

Фигура 1:



Мотиви свързани със социалните функции на напитката

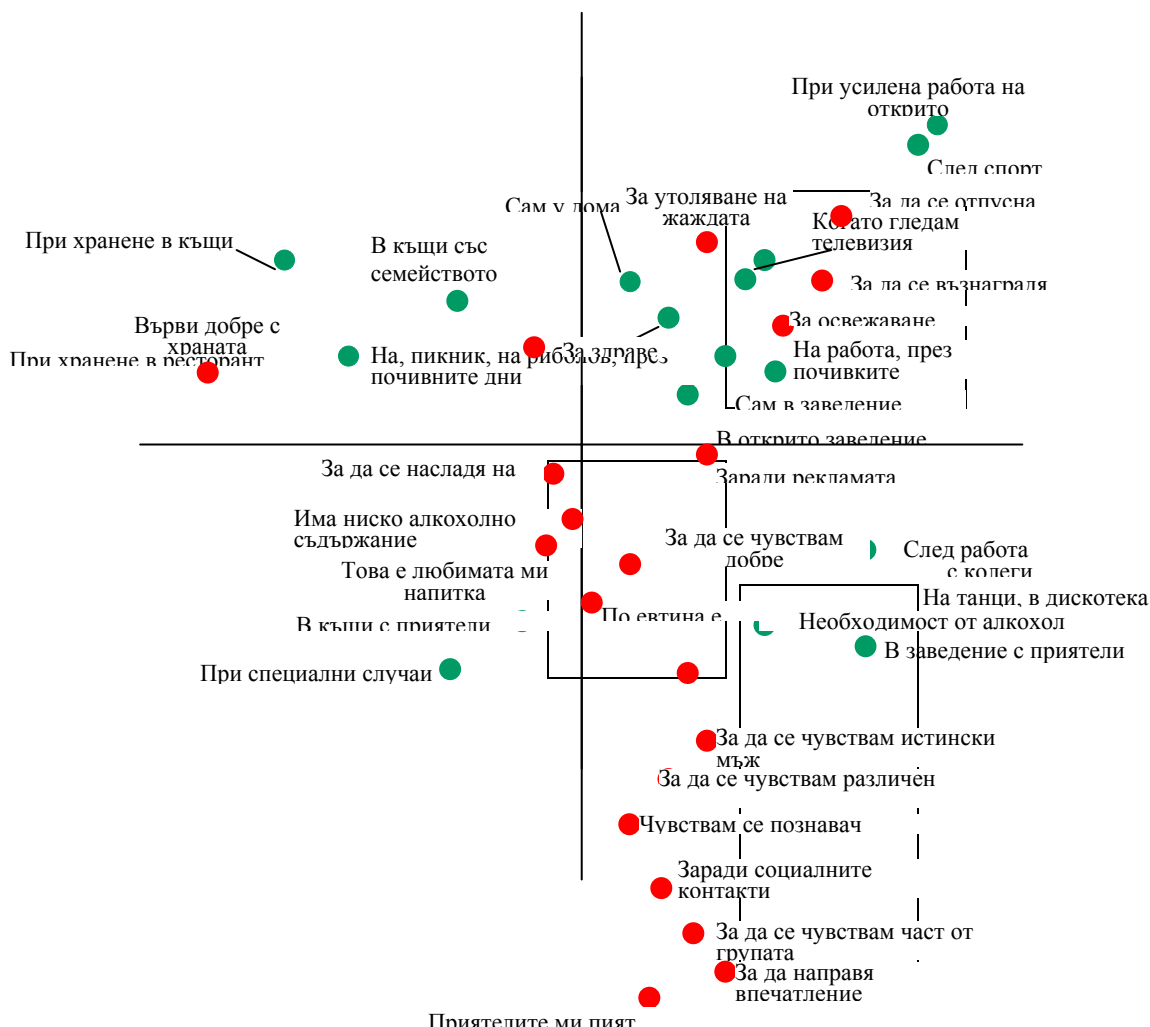
Резултатите от проведеното изследване показват, че като цяло прагматичните (физиологичните) мотиви имат най-голяма тежест. Основните причини, поради които се консумира пиво са: “за освежаване” (мотив, посочен от 90% от респондентите), “за утоляване на жаждата” (88% от респондентите), “защото върви с храната” (88% от респондентите), “за да се отпусна” (70% от респондентите). Заедно с това, важни също са и мотивите, свързани с имиджа на напитката сама по себе си и удоволствието от нея- “да се наслажда на вкуса” (87% от респондентите), “да се чувствам добре” (76% от респондентите), “има ниско алкохолно съдържание” (71% от респондентите), “това е любимата ми напитка” (70% от респондентите). Най-слабо значение за българските консуматори имат мотивите, свързани със социалните функции на напитката- “помага ми да имам социални контакти” (21% от респондентите), “чувствам се познавач” (19% от респондентите), “да се чувствам по-различен от останалите”

(16% от респондентите), “да се чувствам истински мъж” (14% от респондентите), “за да направя впечатление” (11% от респондентите).

Връзката между ситуациите в които се консумира пиво и мотивите за това до голяма степен се подчиняват на всекидневната логика. Така мотивът “за освежаване” е свързан главно с “ваканции”, “в заведение на открито”, “след края на работното време”, “при усилена работа” или “след спорт”. Мотивът “утоляване на жаждата” е приложим при същите ситуации. В ситуациите на социални контакти- “в заведение с приятели”, “в къщи с приятели”, “в заведение на открито”- на преден план излизат мотивите “да се насладиш на вкуса”, “да се чувстваш добре”, “любимата ми напитка”. Когато гледат телевизия, българите консумират пиво, за “да се отпуснат” и “за освежаване”, но също и “за да се насладят на вкуса”.

Логично, основната причина за консумация на пиво по време на хранене е фактът, че тя “върви добре с храната” (Вж Фигура 2).

Фигура 2:



ИЗВОДИ

Можем да обобщим, че се разграничават три основни групи мотиви за консумация на пиво в България:

❖ **Прагматични, физиологични мотиви**— това са относително най-важните мотиви за консуматорите.

❖ **Мотиви, свързани с имиджа на напитката** сама по-себе си и удоволствието от нея— заедно с прагматичните, те също са определящи за мотивацията на любителите на пиво в България.

❖ **Мотиви, свързани със социалните функции на напитката**— те са с относително най-малка важност за българските потребители.

На основата на резултатите получени при изследване на мотивите за консумация на пиво могат да бъдат разграничени четири групи потребители.

1. Групата на млади хора от големи градове (София и Пловдив), които не са силно ангажирани с консумирането на пиво, което личи от липсата при тях на значими моменти за консумация. Това е

групата, при която е важно не толкова консумацията на пиво, колкото статусните характеристики, които то носи (вероятно това е причината тяхна предпочитана марка да бъде "Каменица Светло"- марката, чийто най-важен отличителен белег е "нарастваща значимост"). Те се влияят от рекламите повече от останалите. Общият им дял е около $\frac{1}{4}$.

2. Мотивацията на втората група (26% от респондентите) е най-вече прагматична- "освежаване", "утоляване на жаждата", "върви добре с храната". Съответно моментите за консумацията на пиво при тях са по време на хранене и при почивка. При тях консумирането на пиво е най-слабо свързано със социални контакти. Те консумират най-често "Светло- национални". Потребителските профили "Традиционалисти" и "Доказали се" са най-добре представени в тази група на фона на общата картина. По-възрастни (над 35 години), основно жители на София.

3. Третата група е съставена от хора, които харесват пивото като напитка (29% от респондентите). За разлика от чисто прагматичните мотиви- "освежаване", "утоляване на жаждата", "върви добре с храната", за тези хора пивото е свързано с приятни усещания- "да се насладиш на вкуса", "да се чувстваш добре", "това е любимата ми напитка". Техните предпочитания са ориентирани към марки от по-висок клас като "Астика Лукс" и "Астика Специално". Те са от цялата страна, на средна възраст (30- 50г.). Като любима напитка пивото ги съпровожда в различни

моменти- в къщи и на почивка, с приятели, в заведения.

4. Представителите на четвъртата група (18% от респондентите) са най- "ангажирани" с пивото като напитка. Те консумират пиво в разнообразни ситуации и с множество мотиви, но на фона на останалите при тях са от значение социалните функции на напитката- "да се чувстваш част от групата", "защото приятелите/колегите ми я пият", "помага ми при социалните контакти". За тази група консумацията на пиво е всекидневно занимание. Помлади, от по-големите градове, с относително по-ниски доходи от останалите групи (мотивът "по-евтина от спиртните напитки и виното", е най-важно за хората от тази група).

Промяната в стратегиите на пивоварните предприятия за постигането на конкурентно предимство зависи в най-голяма степен от развиващите се потребности на потребителите. В този смисъл мотивационното проучване позволява да се анализират основните мотиви, които влияят върху потребителите да купят или не определена марка пиво. Без значение каква е индустрията, бизнесът не може да успее без потребители. Запазването на рентабилни потребители обаче, е доста трудно. Глобалната конкуренция е жестока. Цените спадат. Пивоварните предприятия трябва да предлагат все по-добри и по-добри стимули за запазване на потребителите и непрекъснато да изучават техните потребности, изисквания и основни мотиви при покупка.

ЛИТЕРАТУРА

Прайд, У., О. Феръл. 1994. Маркетинг: Концепции и стратегии, изд. ФорКом, С.
Рамчев, К., 1997. Икономическа психология, Унив. Изд. "Стопанство", С.

д-р МАРИЯ МЛАДЕНОВА КИЧЕВА - КИРОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

ЕТИЧНИЯТ КОДЕКС И НЕГОВАТА РОЛЯ В ИЗГРАЖДАНЕТО НА ФИРМЕНАТА КУЛТУРА

THE ETHICS CODE AND ITS ROLE IN CREATING THE COMPANY CULTURE

Dr. MARIA MLADENOVA KICHEVA-KIROVA

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The ethics behaviour in the companies needs management and the managers are those who have the power to manage it. The ethics in the company management have many functions in the organization. There are many ways and approaches in the understanding and accomplishing the organizational values. One of the key characterizations of the evolution of the management in the beginning of 21 century is the increasing attention toward the knowledge – company ethics and culture.

Key words: company culture; ethics behaviour; company management; organizational moral; values of the company

Бизнесът е не само икономическа, а и социална категория. Той изисква повишено внимание и отговорност на фирмите, както и спазване на официалните и неофициалните бизнес принципи, свързани с работата им. Организациите трябва да се съобразяват освен с нормативните разпоредби, така също и с правилата формулирани в Етичния кодекс и той да бъде задължителен за тях в хода на бизнес дейността им. Спазвайки правилата на почтеност в бизнеса, ще има по-добре управлявани фирми в средносрочен план.

Дейността на дружествата, които произвеждат и търгуват с различни стоки и услуги, представлява интерес както за бизнес кръговете, така и за обществото като цяло. Това изисква повишеното внимание и отговорност на тези дружества, както и спазване на официалните и неофициалните бизнес принципи, свързани с работата им. Бизнесът е не само икономическа, а и социална категория. С оглед на това трябва да се съобразяват освен с нормативните разпоредби, също така и с правилата, формулирани в Етичния кодекс и той да бъде задължителен за тях в хода на бизнес дейността им.

Според Райков (Райков, 2004) в центъра на въпроса за ролята на Етичния кодекс в управлението на фирмата следва да се постави един фактор с изключителна важност, а именно факторът на споделените ценности, които поддържат организацията и формират базата на нейната професионална култура.

Нашето поведение не е просто определен тип поведение, което се смята за приемливо или допустимо, а нещо по-силно: то се категоризира като добро или лошо, правилно или погрешно. Нашият професионално-етичен стандарт е генезисът на етическите изисквания към всеки служител, суровият морал, от който служителите създават своя отличителен белег и култура. В тази връзка възниква въпросът: възможно ли е служители, при наличие на морален стандарт в някои отношения, да работят неморално. За съжаление отговорът може би е положителен, но оставайки с надеждата, че тези служители не са много.

Белезите на структура с морален кодекс, в която отделни единици работят аморално са:

➤ наличие на студена и не приветлива среда;

- несигурност в упражняваната дейност;
- липса на лоялност и доверие;
- отсъствие на стремеж към уважение на другите;
- замяна на дължимото трудолюбие и развитие с “повърхностна” работа;
- наличие на конфликти;
- неяснота в отговорността на управленския екип към бъдещето на институцията;
- лоша репутация.

Вероятно най-характерната черта на аморалния подход днес е, че бизнесът трябва да бъде свързан с максимизиране на ползата и нищо повече. Милтън Фридман в своето есе “Социалната отговорност на бизнеса” твърди, че социалната отговорност на бизнеса е повишаване на печалбите, но не казва, че единствената цел на бизнеса трябва да бъде максималната полза. Според него дейността е необходимо да се върши така, че хората да правят колкото е възможно повече пари, съобразявайки се едновременно с “основните правила в обществото”. Когато определя тези правила, Фридман обособява две групи: правила на закона и на традиционната етика. От това става ясно, че преследването на ползата не трябва да противоречи на уважението на културните норми или на моралния стандарт.

В организациите, където хората имат доверие, се развива силният екипен дух и вътрешните правила и регулации не се нуждаят от детайлно описване. Същевременно контролните функции не се разширяват прекалено. Изявленията на представителното тяло се приемат без подозрения. Всичко това е резултат от доверието. Доверието е пример за това, което някои икономисти числят към така наречените “второстепенни външни фактори”. Доверието е благо, което има ясна икономическа стойност и което увеличава просперитета на всяка професионална гилдия като цяло. Но доверието не е стока, която може да

бъде купувана или продавана. То се гради и с течение на времето развива силна култура, така че моралния стандарт се превръща в източник на конкурентно предимство.

Какво представлява социалната отговорност и бизнес етиката? Според редица автори, сред които и Даниела Сотирова (Сотирова, 1995) днес фирмите повече от всякога са заинтересовани да се грижат за своята добра репутация и социално отговорно поведение, защото организация, която не е успяла да спечели доверието на своите служители, партньори и клиенти, с положителност ще има проблеми.

Доверието и спечеленото уважение имат своята реална и дългосрочна цена. Тя се измерва с авторитета и марката на положителния обществен имидж и винаги оставя далеч след себе си конкуренти, които са спечелили временни успехи с неетично поведение.

Правилата за които вече бе споменато намират все по-голямо признание сред водещите организации в света. Те са полезни както за самите тях, така и за обществото. Ако се спазват правилата на почтеност в бизнеса, ще имаме по-добре управлявани предприятия в средносрочен план. Те с положителност ще бъдат по-ефективни и по-печеливши, ще привличат и мечтаните чуждестранни инвестиции, а отзивчивостта към социалните проблеми ще е от съществена полза за обществото.

Източници на професионално-етично поведение. Основните източници са два. Това са интересът на самата институция и глобалната етика, основана на рационалните фундаменти на хуманизма. В основата на всички правила е почтеността. Българската икономика едва днес започва за прави първите стъпки в областта на корпоративната култура. За някои компании това е “терра инкогнита”, за други модно понятие без съдържание, за трети първа копка на бъдещо успешно развитие на фирмата.

Интегрирането към фирмената култура в България е в процес на формиране и се нуждае от насърчаване и подпомагане. Предизвикателството е огромно, тъй като приобщаването на страната ни към ценностите на световната общност изисква принципите на коректно бизнес поведение да станат нормална и неделима част от фирмената практика, която се оповестява, спазва и е предмет на гордост.

Етични стандарти и почтеност в бизнеспрактиката Спазването на закона, плащането на данъците и създаването на работни места са задължителни за фирмата, която иска да спечели уважението и подкрепата на правителството и на местните общности. Изборът е ясен – скрити сметки, неосчетоводени фондове и активи, подкупи в замяна на подкрепа, укрити данъци и неплатени осигуровки на служителите срещу почтено присъствие на компанията в икономическия живот на страната. Правилното прилагане на закона и прозрачните данъчни процедури неминуемо ще създадат среда, в която корупцията ще бъде ликвидирана и инвестиционният климат ще бъде подобрен.

В България днес има огромни очаквания към управляващите да наложат правилата на почтения бизнес. Това обаче не би могло да се случи, ако компаниите сами не въведат в своята дейност общоприетите етични стандарти.

В една от своите велики книги "Великото разцепление" Франсис Фукуяма твърди, че организация, на която ѝ липсва високо ниво на почтеност и изисканост в отношенията и услугите, които предоставя, води грешна политика. Всяка организация и нейното ръководство имат дългосрочен интерес от почтена репутация, благонадеждност и качество на своята дейност. Тези ценности се превръщат в икономически актив. Този аргумент показва, че честността, подобно на доверието и сътрудничеството е социална дейност,

която изгражда социален капитал във всяка организация. Но социалният капитал не може да съществува без "правила, които карат индивидите да се държат по начин, който прави социалният им живот възможен". Според Фридрих Хайек социалният капитал на всяка организация се гради на фактори като:

- развитието на икономическия ред в страната;
- законовата рамка на дейността;
- професионалната практика;
- културата на институцията;
- морала и етиката на поведение.

Наличието на тези фактори води до еволюция на дейността на организацията. Моралният ред е продукт само и единствено на човешките усилия.

Вторият източник на морален стандарт е глобалната етика, основана на споделените човешки ценности и обединените светогледи на служителите в етическите традиции.

Според един от най-известните професори по теология Ханс Кунг глобалната етика е налице, когато се събере необходимия минимум от:

- общочовешки ценности;
- критерии за работа;
- основни традиции на управленския апарат.

Този подход означава да се наблегне на три неща:

1. Да се създадат подходящи условия за трайно установяване и развитие на общочовешките ценности сред служителите.

2. Да се определят критерии за оценка на професионално-етичното поведение на служителите и начина на формиране на тази оценка.

3. Управителното тяло да поеме своята функция и отговорност за постигане на социален консенсус.

Ръководени от желанието за изграждане на условия за професионално-етични отношения, утвърждаване на принципите на лоялната конкуренция и съобразяване с изискванията на добрите професионални

правила и обичаи, следва да се работи по посока на развитие на трите вида отношения:

- взаимоотношенията между служителите;
- взаимоотношенията между служителите и потребителите;
- отношенията, въплътени в политиката на управление.

При взаимоотношенията между служителите е необходимо:

- да се спазват принципите на взаимност, в това число правото на взаимно обосновани ползи от извършваната дейност;
- при осъществяването на кореспонденция между служителите да се спазват изискванията за учтивост и точност;
- да се съблюдават принципите за свободна и честна конкуренция;
- в случаи на спорове да се проявява добра воля за решаването им;
- да не се използват некоректни методи за получаване на ангажимент.

При взаимоотношенията между служителите и потребителите е необходимо:

- зачитане на правата на потребителя и задоволяване на неговите потребности, но в рамките на допустимите стандарти и професионално-етични правила;
- да не се въвеждат некоректно потребителите в умишлена заблуда, чрез представяне на информация или чрез представяне на недостатъчна или невярна информация, или чрез предоставяне на други услуги, противоречащи на добрите професионални обичаи;
- да не се укриват от потребителите отрицателните страни от тяхната дейност;
- да не се предлагат оферти без достатъчни данни за вземане на най-изгодно решение от потребителя при избор на служител;
- да не се използват некоректни форми за предлагане на стоки и услуги, които могат да създадат или

разпространят отрицателно обществено мнение за институцията.

Ръководството в своята политика на управление следва:

- да популяризира принципите на етиката между служителите и да се грижи за тяхното спазване;
- да не използва способности, чрез които се целят лични облаги за членовете на управителното тяло за сметка на професионалната институция;
- да не се правят изявления в медиите и пред трети лица, които са лични виждания на членовете на управителното тяло;
- да развият в подобаваща степен отношенията с институциите от законодателната, изпълнителната и съдебната власт и с другите професионални организации в България.

Очаквания на клиентите, конкурентите и инвеститорите. Дългосрочните отношения с клиентите, основани на взаимно доверие и уважение, са основният фактор за корпоративен успех. В крайна сметка целта на всеки бизнес е да създаде своите потребители. В този смисъл усилията да се създават продукти и услуги с високо качество и на добра цена са начинът да се поддържа конкурентна позиция на пазара.

Етичния кодекс отдава ключово значение за успешен бизнес на почтените отношения между бизнеспартньорите. Глобализацията предлага нови възможности за сътрудничество и партньорство на компаниите. А резултатът е достъп до нови пазари и ресурси, оцеляване и проспериране. Същевременно бизнесетиката изисква абсолютно съобразяване със законите на конкуренцията и забранява всякакви монополни прояви. Фирмите, които искат да привлекат чуждестранни инвеститори, също трябва да се съобразяват със законите на почтения бизнес. Професионалните инвеститори предпочитат тези компании, на които могат да се доверят. Това предполага

изисквания за най-високи стандарти на почтеност и справедливост.

Факторите, които влияят върху поведението на служителите и проявата на почтеност при изпълнение на техните ангажменти могат да бъдат групирани в следния порядък:

- влияние на проблемите, произтичащи от нормативната уредба в страната;

- влияние на нерешените проблеми на професията.

Факторите са толкова много, но тук става дума само за тези, които опират до необходимостта от проявата на почтеност между колеги, до възприемането на едно или друго поведение като почтено или непочтено.

Точно тези проблеми са най-трудно решимите. За тях не се изисква нормативна намеса. Те са подвластни на правилата за етично поведение. Ето защо са нужни жертви. И ако всеки си каже: "Аз се отказах от ангажмента в името на професията! Аз подкрепих поведението на колегата!", сигурно ще има напредък. В тази връзка не е нужно да се припомнят правилата за етика и почтеност. Нужно е само желание за промяна, за съхранение и издигане на равнището на професията, а не за себесъхранение и пренебрегване на правилата за поведение.

- влияние на взаимоотношенията на служителите с външни контролни органи;

- влияние на условията и отношенията в предприятията.

Условията и отношенията в предприятията влияят сериозно върху поведението на служителите и проявата на почтеност при изпълнение на

задълженията им. Тази почтеност обаче им струва много усилия и рискове. Често при разговор с колеги се споделят неща като например, че никога не са се срещали с ръководителя на предприятието, както и че не се подsigурява заплащането на служителите не само за текущата година, но и за предходни години, а те от чувство за етичност, почтеност и вяност към доверителите изчакват търпеливо и пр.

От всичко казано проличава, че на почтеността на служителите не се отговаря с почтеност. Що се отнася до доверието, то е свързано с интересите на бизнеса. Например, ако одиторите са тези, които обещава намаляването на базите за данъци, ако одиторите не се задълбочават много при проверките и не пишат заключения с резерви, те са добре приети от българския бизнесмен. Обратно, ако те се опитат да го разубедят с твърдението, че данъци не могат да се укриват, а ще трябва да се начисляват и плащат, поемат риска да одитират за последен път съответното предприятие.

Нашата пазарна икономика е млада, нямаме натрупани традиции, освен това приеманите закони не винаги успяват да наложат добра финансова дисциплина и практика.

Една от многото причини, за да бъде икономиката ни в това състояние, е не в това, че се приемат лоши закони, а в това, че дори и лоши те не се изпълняват и за това основна вина има чувството на безнаказаност във всички държавни институции и това чувство е пренесено и в предприятията.

ЛИТЕРАТУРА

Конфликти на интереси в бизнеса – Бизнес етика. 2003. изд. фондация "Отворено общество", С.

Райков, З. 2004. Корпоративен гражданин. Печелившият бизнес", С.,

Сотирова, Д. . 1995. Бизнес етика, С.

[www. Google. com](http://www.Google.com)

[www. bbt. bg](http://www.bbt.bg)

д-р РУМЯНА МОДЕВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**ПРАКТИЧЕСКОТО ПРИЛОЖЕНИЕ НА УБЕЖДАВАЩАТА КОМУНИКАЦИЯ В
КОНТЕКСТА НА БИЗНЕС ОТНОШЕНИЯТА**

**PRACTICAL APPLICATION OF PERSUASIVE COMMUNICATION IN CONTEXT OF
BUSINESS RELATIONS**

Dr. RUMYANA MODEVA

SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Is all communication persuasive, aimed at convincing others to act or think as we wish? Sometimes it seem like it is. At the least, we can say that much of what we communicate has a persuasion component in it. Given that almost all of us need to convince others of something, and need to do it often, let's explore three simple, easy-to-use ideas for increasing our persuasiveness. The material shows some very necessary practical skills for use of the persuasive communication in PR of contemporary business. **Key words:** persuasive communication, interaction of the message, one way persuasive influence, persuasive words, premium offer, business relation

ВЪВЕДЕНИЕ

Дали по начало комуникацията е убеждаваща и цели да убеди другите да действат и мислят, както ние желаем? Понякога изглежда, че това е точно така. В края на краищата ние можем да кажем, че повечето от това, което правим като комуникираме, е убеждаване. Основното е, че еднопосочната, пряка комуникация работи по-ефективно отколкото комуникацията без съзнателно поставена цел. Така че подходът /стратегията/ да комуникираш убеждаващо работи по-добре от друг, защото се осъществява в непосредствен личен контакт с публиката.

Разбира се, няма незабавна полза, дадена като резултат от пряката среща. Но в дългосрочен план възможностите на убеждаващата комуникация като ПР на въздействието се открояват убедително от отношението на публиката към продукта, който е бил предложен за опознаване и съответно консумация като част от убеждаващото комуникиране в контекста на полезността на стратегическия подход на бизнес организацията. Ако потребителят не се отзове, естествено публичният авторитет на организацията не е бил достатъчно

влиятелен и убедителен за консуматорите в лицето на конкретната публика.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

Интерактивният смисъл на езиковите съобщения в убеждаващата комуникация.

В практиката на PR, особено когато се подчертава интерактивното значение на убеждаващата публичност, се използва като пример за универсалност прякото обръщение към публиката в смисъла на: "Аз те обичам". В контекста му комуникаторът подчертава единствеността на публиката като важен обект на посланието и в същото време целта е да се насочи вниманието по посока на желаната доверителност. В този смисъл тези думи могат да бъдат едновременно себе-пожертващи и себе-обслужващи. В самообслужващия смисъл ние употребяваме тези думи, защото ние искаме нещо от персоната, към която сме ги насочили.

Известно е, че повечето от нас се нуждаят да убедят другите в нещо и се нуждаят да го правят често. В този смисъл ще изследваме три прости, лесни за употреба идеи за повишаване на нашата убедителност.

Първо, убеждаващата комуникация се фокусира върху друг човек и ние се нуждаем да имаме този човек постоянно в нашето ползрение, когато пишем или говорим, което означава, че адресата на нашето убеждаващо послание трябва да бъде добре изучен в параметрите на неговия социален статус, потребности и характеристика на социалните му контакти. Или с други думи, комуникацията ще бъде действително убеждаваща, когато построяваме съобщението си за конкретната аудитория или персона, отколкото ако правим това, за да удовлетворим собствените си представи за значимост.

Както посочва Едуард Бернайс: "Ако вие ме убеждавате да направя нещо, вашата комуникация би трябвало да се насочи към мен и моя отговор и да получите отговор от мен, вие би трябвало да изясните нещата на моя език, не на вашия".

Роберт Абот подчертава, че "при продажбите тази идея е доста добре развита. Запознатите знаят, че продажбите се увеличават значително, когато се изтъкват ползите. Това е! Те посочват как читателят или слушателят ще отиде по-нататък от купуването или използването на техните продукти. Например: "Купи този шампоан и ти ще бъдеш по-привлекателен".

Роланд Буркард посочва, че "в нетърговската сфера идеята не е така добре открояна. Повечето мениджъри и супервайзъри се фокусират върху нуждите на управителя или на организацията, но не и върху публиката или човекът, който трябва да бъде убеден от автора на убеждаващото въздействие" (Буркарт, 2000).

Дали вътрешната информация работи по-ефективно, ако нейните автори се фокусират единствено върху потребителя вместо върху рекламата на самите себе си?

Франк Джефкинс утвърждава, че "хората, които правят презентации по домовете намират по-добри отговори като построяват техните послания на

базата на нуждите или аспирациите на аудиторията? Аз мисля, че това е така. Опитът в продажбите е показателен, изумително е, че ползите изместват особеностите на продукта" (Джефкинс, 1993). Разбира се убеждаващата комуникация в тази сфера изисква спазването на някои законови и етични съображения в насърчаване на продажбите. Британският кодекс на тази дейност включва няколко типични примера на убеждаващо въздействие чрез невербална комуникация:

- Плакати и постери, които представят визията на качеството на предлагания продукт;

- Аранжорски услуги, които включват декорирането на витрините на своите клиенти с различни фонове ефекти, модерни скулптурни изображения и т. н.

- Подвижни демонстрации, които представляват *mobiles demonstration*, при който даден експонат се монтира на място, от което се забелязва от всички страни и представлява непрекъснато движеща се фигура;

- Дилърски състезания, които стимулират дистрибуторите да продават повече, за да спечелят обявената от фирмата награда.

- Пластмасови торбички и други опаковъчни средства, които привличат вниманието на публиката.

- Демонстрационни капаци или *Display outers*- при което продуктът е в кутии, чиито капак, отворен, се превръща в демонстрационно внушение, тъй като отразява визията на продавания продукт.

Съществуват и други практически възможности за проява на убеждаващата комуникация като ПР в конкурентно съществуващите ситуации. Това са обикновено схеми за насърчаване на продажбите в кратък срок и представляват съвкупност от вербално и невербално комуникационно въздействие, изразени чрез конкретни дейности:

- Когато се прави ПР информация за нов продукт;

- Като алтернатива на обикновените средства за реклама;

- Като възможност да се стимулират западащи продажби;

Организирането на състезания в контекста на едностепенната и еднопосочна убеждаваща комуникация с цел да се увеличи обемът на продажбите на даден продукт. Показателен в това отношение е корпоративният опит на Coca-Cola, Nestle, Nivea и др. Основните моменти на убеждаващото въздействие на такъв род състезания включва изискването за:

- Закупуването на продукта;

- Наградата, която трябва да бъде достатъчно щедра, за да привлече участници и следователно покупки;

- Паричен еквивалент на наградата- автомобили, международни екскурзии и т. н.

- Състезателен елемент, за да се изключи щастливия жребий, а да покаже действителното равнище на компетентност.

- Срокът между датата на обявяване на състезанието и обявяването на победителите.

- Публично обявяване на резултатите.

Второ, използвайте убеждаващи думи. Ако веднъж сме се фокусирали върху реципиента на нашата комуникация ние съзнателно адресираме нашето послание към него и съответно избираме думите, с които да напишем нашия документ или реч.

Когато пишете, ще оцените ползата да имате списък на убеждаващи думи, които да включите във вашия материал. Практиката показва, че те са важно условие за компетентното организиране на комуникационното въздействие чрез убеждаването като ПР дейност и в контекста на конкретните форми на работа в този смисъл. Добри резултати могат да се получат при организирането на така наречените премиумни оферти /при които клиентите изпращат част от опаковката и получават подарък от фирмата като постоянни потребители/,

талони /срещу попълнения талон клиентът получава стоката при намалена цена/, безплатни подаръци /прикрепват се към закупената стока като безплатна награда/, комбинирани пакети /три сапуна на цената на два/, дегустация на продукти на обществени места или в магазините, специални демонстрации чрез включване на конкретния търговски персонаж /например човек, облечен като Джони Уокър промоцира продукта/ (Тай, 2000).

Впечатляващ пример за убеждаваща комуникация с публиката предлага списание "Космополитън", в което обръщението към публиката е винаги на "ти". Това е класика при известните пиари. Повечето от тях смятат, че това е най-мощната дума в техните речници. По-добра даже от думи, използвани като класически за предлагане на безплатни услуги или за установяване на интимни връзки.

Предложението за използване на "ти" формата е и по друга причина - защото "ти" формата ни помага да се фокусираме върху реципиента, както споменахме по-рано. И така използването на "ти" създава доверие, взаимност, скъсява дистанцията между автора на посланието и публиката и дава възможност за по-ефективно убеждаващо въздействие.

Трето, наблюдаване и отстраняване на бариерите пред убеждаването.

Опитът показва, че в бизнес комуникацията реципиента всеки ден може да получи стотици непожелавани имейли, повечето от които са неефективни за установяване на бизнес отношения. 99% от тях са плод на погрешен подход в убеждаващата комуникация в бизнеса.

Дебора Танен подчертава, че: "И без това е достатъчно трудно да продаваш, когато имаш легитимен бизнес с легитимни продукти на хора, които не желаят вашите съобщения. И преглеждайки ги откривам мъгълан език, правописни грешки, погрешни или липсващи пунктуационни знаци и

объркващи послания. Това са само част от техните писмовни грехове. Разбира се, всички допускаме грешки, но ако искате да убедите някого да направи нещо, моля ви не забравяйте да направите проверка на своя правопис и пунктуация. Застраховайте се с двоен спел-чек” (Танен, 2002).

Основно правило в изискването за ефективна убеждаваща комуникация е да се избягват грешки още в предмета на съобщението. За да не се разсейва вниманието на реципиента и с това да се намали силата на нашето убеждаване.

Специфични техники в убеждаващата комуникация в ПР на бизнеса

Има три техники, за повишаване на убедителността: фокусиране върху хората, които получават съобщението; използване на убеждаващи думи, особено “ти”; елиминиране на бариерите пред убеждаващата комуникация като правописните грешки. Използването на която и да е от тези техники помага за повишаване на убедителността (Джефкинс, 1993).

Лилян Глас препоръчва: ”Когато следващия път изпращате съобщение, помислете си добре, дали убеждаването е вашата цел- независимо директно или индиректно. Ако искате да убеждавате, тогава запитайте се, дали сте фокусирали вашето съобщение на базата на една или повече от споменатите техники, които осигуряват отправната точка на убеждаващата комуникация” (Глас, 2002).

В практическата дейност на големите корпоративни организации като Майкрософт, Дженеръл мотърс, Кока-Кола и др. трите техники за убеждаващата комуникация в бизнеса преминават през няколко основни етапа, които включват:

- Подготовка на основата на проучването, прогнозирането и хипотезата за успех сред публиката /те включват конкретизирането на целите, анализ на рисковете и разработването

на стратегията на убеждаващото въздействие;

- Формулиране на общата концепция на “ти” връзката с публиката;
- Стартиране на съобщенията към публиката с акцент върху постигане на взаимно разбирателство.

ИЗВОДИ

Резултати от ефективното комуникиране

Когато комуникираме, убеждавайки, обикновено искаме нещо да се случи. Очакваме резултати. В бизнеса, получените ефекти от убеждаващото въздействие се асоциира с равнището на печалбата, осигурена от адекватното отношение на публиката към предлагания продукт. Публичният авторитет на организацията е основната изходна точка за очертаване на стратегията на позитивния резултат на ефективна комуникация.

Дебора Танен, Роланд Буркарт разработват тезата за активната публика в пряка зависимост от твърдението, че: “Доброто писане и говорене ни помагат да отправим съобщението. Убеждаващият елемент в контекста на съдържанието включва стимула на реципиента като предиспозиция и състояние на индивидуалните човешки потребности.” Което означава, че убеждаващата комуникация в ПР на бизнеса определя основните стойности на говоренето, писането и дизайна като конкретни творчески дейности.

Тези дейности предизвикват отговорите, по които ги оценяваме, но ефективността означава да получим отговорите, които искаме.

ИЗВОДИ

В заключение можем да кажем, че практическите измерения на убеждаващата комуникация в бизнеса е подчинена на няколко основни изисквания в контекста на публичното символно пространство, което включва медийния интерес и потребностите на публиката: професионални познания за възможностите на личния, пряк контакт; способността да се разработват

перфектно инсценирани събития, имащи отношения към интересите на организацията, редуцирането на емоционални символи и послания, насочени към групи от потребители, имащи конкретно значение за икономическите, социалните и

финансовите интереси на организацията.

Разбира се това важи за всички видове комуникация, а не само за убеждаващата комуникация като важна ПР техника в масово комуникационното общество.

ЛИТЕРАТУРА

Буркарт, Р. 2000. Наука за комуникацията, В. Търново, , изд. "Пик"

Глас, Лилиан. 2002. Кажи го правилно, ИК "Сиела", С.

Джефкинс, Фр. 1993. Въведение в маркетинга, рекламата и пбблик рилейшънс, Варна, Отворено общество.

Танен, Дебора. 2002. Кавгаджийската култура, изд. "Лик", С.

Тай, Лари. 2000. Бащата на манипулацията, изд. "Рой Комюникейшън", С.

Тодорова, М, Модева, Р, 2004. АВС на лобирането, изд. "Вивем", С.

СТОЯН ОГНЯНОВ КИРОВ
УНСС, София

ЕТИКАТА ПРИ ФИРМЕНОТО УПРАВЛЕНИЕ

THE COMPANY MANAGEMENT MORAL

STOYAN FGNIANOV KIROV
UNWE, Sofia

Abstract: The business is not only an economic, but also a social category. The business requires high attention and responsibility from the companies. The companies must keep to the official and nonofficial business principles, connected with their work. The companies must take into consideration the legislation. They must keep to the rules in the ethics code and it must become obligatory for them in their business. Keeping to those rules the management of the companies will improve in long term.

Key words: company culture; ethics behaviour; company management; organizational moral; values of the company

Етичното поведение във фирмените организации се нуждае от управление и мениджърите са тези, които притежават властта да го управляват. Етиката при фирменото управление притежава цяла редица функции в организацията. Съществуват редица начини и подходи на разбиране и осъществяване на организационните ценности. Една от ключовите характеристики на еволюцията на мениджмънта в началото на XXI век е нарастващото внимание към ориентираната към знанията фирмена етика и култура.

Целта на етиката във фирменото управление е да се даде възможност на индивидите(служителите) да направят избор между различни алтернативни типове на поведение. Значението на етиката нараства пропорционално на последиците в резултат на дадено поведение. Етичното поведение във фирмените организации се нуждае от управление, зависи от фирмената култура, структурата, процедурите за подбор и подготовка. Мениджърите са онези, които притежават властта да управляват етичното поведение в организацията. Етичните стандарти се определят от:

✓ моралните норми на бизнес – поведение, придържането към които е

условие за успешна дейност /честност, лоялност, спазване на договорите/;

✓ наличието на закони и спазването им създават необходимата среда за съществуване на бизнес-етиката на практика;

✓ натиска на гражданското общество /сдружения на потребителите, екологични организации, интелектуални сдружения/.

Според Нако Стефанов (Стефанов, 1998) под етика на фирменото управление разбираме “специфичен начин на развитие на взаимоотношенията и взаимодействията в една организация, представени от системата от общовъзприети норми на поведение и действие както във вътрешноорганизационен план, така и по отношение на външната среда”.

Етиката при фирменото управление изпълнява цяла редица функции в организацията, а именно:

✓ играе ролята на макромодел, който разграничава една организация от друга;

✓ формира чувството за идентичност към дадена организация, а оттук и на отговорност към другите и организацията като цяло;

✓ подпомага в сферата на трудовата реализация превъзможването на “Аз”-а

на отделния сътрудник в името на общите организационни цели и интереси;

✓ поддържа социалната стабилност в организацията. Тя е онова “лепило”, което “споява” организацията посредством различните норми, стандарти и подходи за поведение и действие;

✓ изпълнява и функциите на контролен механизъм и ръководство, което формулира позициите и моделира бъдещите начини на действие на сътрудниците;

✓ формира параметрите на трудовия морал.

Системата от общовъзприети норми е съставена от редица начини и подходи на разбиране и осъществяване на организационните ценности, а именно:

✓ индивидуална инициатива – степента на отговорност, свобода и независимост на сътрудника;

✓ рисковото толериране – степента, до която сътрудникът е окуражаван да поеме риск и да бъде новатор;

✓ насока – степента, до която организацията създава ясни цели и дейности очаквания;

✓ интеграция – степента, до която звената в организацията са окуражавани да действат координирано помежду си;

✓ управленска поддръжка – равнището на подкрепа от ръководството;

✓ контрол – броя на правилата и ограниченията, както и равнището на прекия надзор по отношение на поведението на сътрудниците;

✓ идентичност – степента, до която сътрудниците се идентифицират с организацията, отколкото с професията си или конкретната област на дейност;

✓ системата за възнаграждения – степента, до която различните видове възнаграждения са основата за оценка на извършената дейност;

✓ толериране на конфликта – степента, до която се позволява на сътрудника да критикува “отдолу”;

✓ модел на комуникиране – степента, до която комуникацията в организацията

е ограничена само до формалната йерархия и канали.

Според А. Ангелов една от ключовите характеристики на еволюцията на мениджмънта в края на XX век е нарастващото внимание към ориентираната към знанията фирмена култура и етика

(Ангелов, 1995). При такава етика и култура, центърът на вниманието е върху познанието като основно средство за растеж. Това преместване на фокуса е резултат на множество недостатъци на класическите подходи в мениджмънта, в условията на съвременната глобализирана, динамична и неопределена бизнес среда. През 80-те години започва да се осъзнава, че самообучението вероятно е ключовият фактор за трайно развитие на бизнес организациите и за постигане на трайно конкурентно предимство. Днес това схващане намира почва не само в средите на теоретичите на стратегическия мениджмънт, но и сред голяма част от предприемачите и индустриалците. Практиката показва, че в наши дни все повече бизнес организациите се стремят да се самообучават в хода на дейността си, за да могат да постигат винаги ясни визии и мисия.

Отчитането на психологическите аспекти на предприемачеството в най-голяма степен доближава всеки бизнес до неговите оптимални параметри и възможности, тъй като те анализират ефективните пътища, по които да протича човешката дейност в съвременната организация и повишаването на нейната производителност; тактиките на взаимодействие между хората в процеса на труда за постигане на поставените цели и влиянието на отделните елементи от управленския процес върху личността, групата или цялостната организация и т. н.

Концептуалните модели на управление са зависимост от това как отделните култури поставят в центъра на

своите ценностни системи индивида или общността, бързият успех, максималната пачалба, далечната перспектива, социалното съгласие и т. н. Например в Америка 50% повече, отколкото във Великобритания и Япония, са хората, които смятат, че усилената работа води до успех. Затова и там опитът да се започне собствен бизнес, дори и да завършва с провал, се смята за белег на добър служител, с възможности, който работи усърдно, проявява творчество, поема рискове и е наясно с механизмите, които движат света.

Днес интересът към самообучаващите се организации е изключително висок. От направено изследване в САЩ резултатите показват, че 94% от анкетираните бизнес организации са отговорили, че за тях е от ключово значение самообучаващата организация, а 90% са окачествили организациите си като самообучаващи се организации. Проучване на 178 големи и средни бизнес организации в САЩ показва, че 75% от тях се считат официално или неофициално за самообучаващи се организации, 78% от анкетираните считат организационната култура, основана на откритост, доверие и обмен на знания като много важен фактор за прехода към самообучаваща се организация, а 74% от тях считат работата за приобщаване на сътрудниците към организационните цели от първостепенно значение. Проучвания на мениджърската практика в САЩ в сферата на индустрията сочат, че извършилите преход към самообучаващи се организации показват следните резултати:

- ✓ повишаване на производителността на сътрудниците – 113%;
- ✓ намаляване на отсъствията от работа – 58%;
- ✓ намаляване на процента на брак – 50%;
- ✓ увеличаване на пазарния дял на компанията – 17-40%;

✓ постигане на 100% доставки навреме.

За съжаление сравнението с дейността на подобни организации у нас не е в полза на българските фирми, които се отличават в голямата си част с ниско ниво на фирмена култура. За този факт способности и слабата държавна подкрепа в тази област.

Такива бизнес организации не само имат значително конкурентно предимство, но съумяват с модерни кадрови политики да привлекат най-качествените човешки ресурси, да сформират перфектни работни екипи и т. нар. “общества на практики” и непрекъснато да насърчават сътрудниците си да се самообучават.

Пределно ясно е, че преходът към самообучаващи се организации води до цялостно преобразяване на организацията по отношение на познанието. Идеята за самообучаваща се организация, независимо от това, че се появява в мениджърската практика през 80-те години, възниква още през 60-те години. За самообучаващата се организация има множество определения, но всички те включват някои ключови компоненти като промяна, саморазвитие, групово участие на сътрудниците, адаптиране на управленските системи и структури, промяна на процеса на делегиране, овластяване на сътрудниците и др. Може да се каже, самообучаващи са тези организации, които постигат конкурентно предимство чрез съвършено и систематизирано колективно самообучаване.

Том Питърс и Робърт Уотърман в книгата си “В търсене на съвършенство във фирмената култура”, твърдят, че не съществува една “правилна култура”, т. е. някакъв определен комплект от характеристики, който ако развиваме, ще получим нужната организационна култура. Но въпреки едно такова мнение, което предупреждава за относителността на всяко едно ценностно разбиране, навярно може да се каже следното:

Етиката на фирменото управление не може да бъде описвана чрез някакви твърди и нединамични термини и вкарвана в "закостенели" правила и негъвкави схеми. Всяка от горните характеристики съществува в множество степени на обогатяване от равнище на слабо присъствие до равнище на изключително силно присъствие. От тук идва и разбирането за т. нар. силна и слаба етика.

Под силна организационна етика разбираме такава, при която ключовите ценности присъстват по един активен начин сред мнозинството от сътрудниците на организацията. Съответно там, където тези ценности не се разграничават от мнозинството сътрудници на организацията, може да се говори за слаба етика. Съществува и антиетика, т. е. присъствие на ключови

ценности с обратен знак, например вместо управленска поддръжка осъществяване на управленско противодействие и т. н. Организации, където възникват елементи на антиетика в условията на силна конкурентна среда, са обречени или на загиване, или на оцеляване с минимален шанс за развитие.

Там където съществува силна етика, нараства постоянството в поведението на сътрудниците. В този смисъл изчезва необходимостта от много писани правила и процедури, т. е. силната етика се явява като заместител на формализацията. Може да се твърди, че там където има силна етика, тя действа като самостоятелен фактор за мотивация и повишаване на равнището на ефективност на организацията.

ЛИТЕРАТУРА

- Александров, К.** 1995. Мениджмънт на организации и предприятия, ИК "Лиа", С.
Ангелов, А. 1995. Основи на мениджмънта, ИК "Илинда", С.
Иванов, И., Г. Георгиев. 1995. Основи на мениджмънта, изд. "Полиграф", Пловдив
Каменов, К. 1998. Мениджмънт, В. Търново
Стефанов, Н. 1998. Управленска етика и естетика, С.

АКТУАЛНИ ИЗДАНИЯ ОТ АВТОРИ ОТ СТОПАНСКИЯ ФАКУЛТЕТ ПРИ ЮЗУ “НЕОФИТ РИЛСКИ”

УЧЕБНИЦИ И УЧЕБНИ ПОМАГАЛА

Величков, И., Е. Ставрова. 2004. Финансиране на местните органи на самоуправление, изд. “Екопринт”, С.

Представен е анализ на системите за финансиране за финансиране на местните органи на държавната власт и тяхното поведение като реални икономически субекти в динамична пазарна среда.

Димитров, Д. 2003. Общ курс по европейско икономическо сътрудничество и интеграция, С.

Курс от лекции, съобразен с началната фаза на висшето икономическо образование, целящ студентите да получат основни хознания за процеса на европейската интеграция, за характера и структурата на Европейския съюз.
Каролова, Т. 2003. Иновации и иновационно развитие, Университетско изд. “Н. Рилски”, Благоевград

Разглежда въпросите на иновациите. Синтезирано представя иновативните промени и човешкия фактор на основата на познанието за минали и сега действащи икономически и социално-културни процеси. Представя специфични измерения на иновациите в този ракурс.

Косев, Д. 2004. Счетоводство на едноличния търговец, изд. “РОМИНА”, С.

Разработени са основните методологически, методически и приложни въпроси на прехода от едностранно към двустранно счетоводство. Изложени са важни идеи и препоръки за преминаване от едностранно към едностранно счетоводство в предприятието на ЕТ. Дадени са съществени елементи от двустранното счетоводство. Показана е възможността за прилагане на съкратената форма – Дневник – главна книга – в предприятието на ЕТ, когато води двустранно счетоводно записване.

Косев, Д. 2004. Двустранно фирмено счетоводство. Отчитане по обекти. (Пето преработено издание), изд. “Софттрейд”, С.

Практическият курс е посветен на организацията и методологията на счетоводните обекти. В него се представя модел на сметкоплан, разработен на основата на Националния сметкоплан, приет от Националния съвет по счетоводство.

Косев, Д., К. Рупов. 2004. Курс по счетоводство на бюджетното предприятие, изд. “РОМИНА”, С.

Разглежда теоретико-методологически и нормативни въпроси, които са подкрепени с примери, което подсилва приложната стойност на книгата. Отразява промените в счетоводната нормативна уредба до м. XI. 2003 г.

Менчева, Л., 2003 Рекламна политика, изд. НБУ

Запознава студентите с основната същност на рекламите в качеството ѝ на елемент на комуникационния маркетинг, с основните методи, форми и средства за осъществяване на рекламната дейност от съвременната фирма. В него е отделено съществено място на каналите за реализация на рекламни дейности, на планирането и изпълнението на рекламната кампания, на анализа и оценката на ефективността на рекламните мероприятия.

Николова, Н. 2004. Статистика. Обща теория, Университетско изд. “Н. Рилски”, Благоевград

Изложението в учебника е подчинено на разбирането за необходимостта от статистически подход към явленията в природата и обществото и специално

към икономиката като система, отличаваща се с явления и процеси с масово проявление. Учебникът е предназначен за икономисти-нестатистици от няколко икономически специалности, обучаващи се за бакалавърска и магистърска степен. Той е предимство към разширяване на знанията и уменията по прилагане на статистически методи в икономическата практика и управление.

Николов, Ч., Д. Димитров, В. Сивов, Д. Стоилова. 2003. Европейска интеграция. Икономически аспекти, Университетско изд. "Н. Рилски", Благоевград

Разглеждат се икономическите аспекти на европейската интеграция. Разработването на учебника е първи етап от създаването на модерната дисциплина "Европейско стопанство", чието изучаване ще удовлетвори необходимостта от подготовка на специалисти, запознати с европейската проблематика.

Станкова, М. 2004. Мениджмънт на туристическата агенция, изд. Университетско изд. "Н. Рилски", Благоевград

Учебникът разглежда основните аспекти в дейността на туристическите агенции, обвързани с правната уредба. Акцентът е поставен върху управлението на туроператорската и турагентска дейност и разработването на фирмената им политика. Разкрити са условията и факторите на пазарната среда, които влияят върху насоките в мениджмънта на туристическите агенции. Предлагат се конкретни стратегически подходи на управление. Приложен е и наръчник на екскурзовода, с основата цел да се подпомогне подготовката на студентите и се обогатят познанията им като бъдещи специалисти. Книгата е предназначена за студенти по туризъм, но може да се използва и от широк кръг от специалисти, работещи в сферата на туризма и отдиха.

МОНОГРАФИИ

Мадгерова, Р. 2004. Предприемачество и малък бизнес в туризма (особености, проблеми, решения), изд. "Интелект А", С.

Разкриват се особеностите на предприемачеството в туристическия бизнес. Разглеждат се някои от разновидностите на алтернативния туризъм (екологичен, селски и аграрен), мястото и ролята на малкия бизнес за тяхното осъществяване. Посочват се конкретни проблеми, съпътстващи организацията на туристическата дейност, предлагат се практически решения. Акцентира се върху подходящи управленски подходи и стратегии, бизнес планирането и прогнозирането в туристическата дейност.

Станкова, М. 2003. Туроператорска и транспортна дейност, изд. "Университетско изд. "Н. Рилски", Благоевград

Изследва състоянието на туристическата индустрия, същността на тур операторския продукт и туристическата дестинация, дистрибуцията на продукта и транспортната дейност. Изложени са теоретичните постановки, необходими за изясняване спецификата на туроператорската дейност и нейното практическо проявление. Специално внимание е обърнато на присъщите ѝ маркетингови техники и операционализиране. Изследвани са в тяхната логическа последователност, отделните етапи в развитието на туристическата дестинация и формирането на туристическия пакет.

Станкова, М. 2005. Пазарното поведение на туристическата агенция, изд. "Университетско изд. "Н. Рилски", Благоевград

Изданието е опит за обзор на туристическото пазарно пространство, в което функционират туристическите агенции. Изследва кризите като източник на промяна и разкрива някои възможности за изграждане на позитивен имидж, като подход за противодействие на динамиката. Овлабяването на комуникациите и

целенасоченото им организиране способства привличането и задържането на вниманието на потенциалните потребители и гарантира ефективното реализиране на туристическите пакети.

Филипова, М. 2004. Повишаване конкурентноспособността на пивоварните предприятия, изд. ИА "Когест", С.

Изследва предприятията от пивоварната промишленост в България. Предлага нови възможности за повишаване на тяхната конкурентноспособност на основата на проучване изискванията на потребителите, структуриране на пазара и управление на взаимоотношенията с потребителите.

НАУЧНИ СЪБИТИЯ

На 18. 052005 се проведе ПЪРВА СТУДЕНТСКА НАУЧНА СЕСИЯ на тема: "УПРАВЛЕНИЕ, КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ".

Тя бе организирана от катедра "Мениджмънт и маркетинг" и студентите от специалност "Стопанско управление". В сесията взеха участие и студенти от други специалности на Стопанския факултет. Студентите представиха 15 научно-приложни разработки, в които изразиха своите виждания по редица проблеми на икономиката, нейното управление,



Слово на проф. д-р Васил Пехливанов – ръководител на катедра "Мениджмънт и маркетинг" при откриването на студентската научна сесия



Доклад на студент от спец. "Стопанско управление"



Доклад на студент от спец. "Стопанско управление"

ПРЕДСТОЯЩИ НАУЧНИ ПРОЯВИ

Научна конференция на СТОПАНСКИЯ ФАКУЛТЕТ на тема:
"ИКОНОМИКА НА СВОБОДНОТО ВРЕМЕ" – МЕСЕЦ НОЕМВРИ 2005 г.

Списание “Икономика и управление” е издание на Стопанския факултет при ЮЗУ “Неофит Рилски” – Благоевград. То е с периодичност 4 броя годишно. Неговото разпространение се извършва чрез абонамент на адреса на редакцията. Цената на 1 брой е 6 лв.

ИЗИСКВАНИЯ КЪМ АВТОРИТЕ

1. Публикациите да бъдат в обем до 10 страници, включително резюме, илюстративен материал, таблици, фигури и използвана литература.
2. Да се приложат, в превод на английски език заглавието, името/имената на авторите, абстракта и ключовите думи.
3. Фигурите, графиките и таблиците да се представят и като отделни файлове.
4. Списъкът на литературата да съдържа само цитираните в текста източници. В текста да се посочват в скоби името на автора и годината на издаване на цитирания труд, които в литературата да се подреждат по азбучен ред.
5. Да се следва следната примерна структура на статиите: автор (на български и английски език); точно наименование на организацията, в която работи, адрес и телефон; заглавие на български и английски език; абстракт и ключови думи на български и английски език; увод; материал и методи, използвани при разработката; резултати и обсъждане; изводи; литература.
6. Публикациите да се представят хартиен и електронен носител, във формат А 4, шрифт Times New Roman, размер 12 pt, разстояние между редовете 1,5. Да не се прави сричкопренасяне.
7. Качеството на предоставените за публикуване материали е отговорност на авторите.
8. Получените ръкописи не се връщат на авторите.
9. Списание то се издава с финансовата подкрепа на авторите, поради което за публикуването на всяка статия се заплаща сумата от 30 лв.
10. За представяне на актуални публикации и за публикуване на рецензии и отзиви за научни трудове се заплащат 20 лв.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
научно списание

Изд. Стопански факултет
При ЮЗУ “Неофит Рилски” - Благоевград

Тираж: 150 бр.
Предпечатна подготовка: Лъчезар Гогов

ISSN: 1312-594X

Печат: Документен център “Авангард” - София