Година VII, Брой 1/2011 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
проф. д-р Чавдар Николов

Зам. гл. редактор
доц. д-р Рая Мадгерова

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 Надежда Николова
проф. д-р Бьорн Паапе
(РВТУ-Аахен-Германия)
проф. д-р Пол Леонард Галина
(Бизнес факултет „Улиямс” на Университет Бишъпс Шербруук, Квебек, Канада)
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)
доц. д-р Ченгиз Демир
(Факултет по икономика и административни науки, Университет ЕГЕ, Измир, Турция)

Отговорен редактор
доц. д-р Десислава Стоилова
доц. д-р Преслав Димитров

Технически редактор и дизайн
Лъчезар Гогов

Chief Editor
Prof. Dr. Chavdar Nikolov

Deputy Chief Editor
Assoc. Prof. Dr. Raya Madgerova

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. Nadejda Nikolova
Prof. Dr. Bjorn Paape
(RWTH Aahen, Germany)
Prof. Dr. Paul Leonard Gallina
(Williams School of Business, Bishop’s University Sherbrooke, Québec, Canada)
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)
Associate Prof. Dr. Cengiz Demir
(Faculty of Economics and Administrative Sciences EGE University, Izmir, Turkey)

Production Editor
Associate Prof. Dr. Desislava Stoilova
Associate Prof. Dr. Preslav Dimitrov

Technical Editor & Design
Lachezar Gogov

Основатели:
доц. д-р Рая Мадгерова, проф. д-р Надежда Николова и проф. д-р Чавдар Николов
♦♦♦ 2005 г. ♦♦♦

Списанието 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”
2 “Kraly Marko” Street, 2700 Blagoevgrad
e-mail: economics_management@abv.bg
Tel: (+35973) 885952

БЛАГОЕВГРАД-БТ АД

BLAGOEVGRAD-BTAD

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

ECONOMICS & MANAGEMENT

НАУЧНО СПИСАНИЕ НА СТОПАНСКИЯ ФАКУЛТЕТ ПРИ ЮЗУ "НЕОФИТ РИЛСКИ" – БЛАГОЕВГРАД ГОД. VII, №1, 2011

JOURNAL FOR ECONOMICS AND MANAGEMENT SCIENCE OF FACULTY OF ECONOMICS–SOUTH-WESTERN UNIVERSITY – BLAGOEVGRAD VOL. VII, №1, 2011

СЪДЪРЖАНИЕ

CONTENTS

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ *1* **TO OUR READERS**

ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ ***HIGHER EDUCATION***

АНКЕ ШНАЦ
ФРАНЦ ПЬОГЕЛЕР
ИВОНА КИЕРТА

ИКОНОМИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ: РАЗМИСЛИ ВЪЗ ОСНОВА НА СЪВРЕМЕННОТО РАЗВИТИЕ В САЩ И ГЕРМАНИЯ *2*

ANKE SCHNATZ
FRANZ PÖGGELER
IWONA KIERTA

ECONOMIC ASPECTS OF TERTIARY EDUCATION: DELIBERATIONS BASED ON CURRENT DEVELOPMENTS IN THE USA AND GERMANY

ИКОНОМИЧЕСКА КРИЗА ***ECONOMIC CRISIS***

ЧАВДАР НИКОЛОВ

ПЛАВАНЕТО В ПАЗАРНИТЕ ВОДИ ИЗИСКВА СОЛИДЕН НАБОР ОТ СЪВРЕМЕННИ ЗНАНИЯ *16*

CHAVDAR NIKOLOV

SAILING IN MARKET WATERS REQUIRES A SOLID SET OF MODERN KNOWLEDGE

ВАСИЛ СИВОВ

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА НА СВЕТОВНАТА КРИЗА ЗА СЪВРЕМЕННОТО МАКРОИКОНОМИЧЕСКО РЕГУЛИРАНЕ *21*

VASSIL SIVOV

CHALLENGES OF THE WORLD CRISIS FOR THE PRESENT MACROECONOMIC REGULATION

АНТОН МАРИНОВ

АНАЛИЗ НА ФИНАНСОВО-ИКОНОМИЧЕСКАТА КРИЗА В БЪЛГАРИЯ *28*

ANTON MARINOV

ANALYSIS OF THE FINANCIAL-ECONOMICAL CRISES IN BULGARIA – PROBLEMS AND PROSPECTS

МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ — ***INTERNATIONAL MARKETING***

ЕМИЛ В. ХИМИРСКИ — ***EMIL V. HIMIRSKI***

МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ — *34* — INTERNATIONAL MARKETING AND MARKETING STRATEGY

МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ — ***INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS***

АЛЕКСАНДЪР ТАСЕВ — ***ALEXANDER TASSEV***

ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ НА БЪЛГАРИЯ СЪС СТРАНИТЕ ОТ ИЗТОЧНА ЕВРОПА В ПЕРИОДА НА ПРЕХОДА — *53* — FOREIGN TRADE OF BULGARIA WITH EAST EUROPEAN COUNTRIES IN THE TRANSITION PERIOD

СВОБОДА ТОШЕВА — ***SVOBODA TOSHEVA***

ТЪРГОВСКО-ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ОТНОШЕНИЯ НА БЪЛГАРИЯ С РАЗВИВАЩИТЕ СЕ СТРАНИ: НЯКОИ АСПЕКТИ И ПЕРСПЕКТИВИ” — *72* — BULGARIA’S TRADE AND ECONOMIC RELATIONS WITH THE DEVELOPING COUNTRIES: SOME ASPECTS AND PERSPECTIVES

ДЕМОГРАФИЯ — ***DEMOGRAPHY***

ГЕНОВЕВА МИХОВА
ПЕНКА НАЙДЕНОВА

GENOVEVA MIHOVA
PENKA NAIDENOVA

МЛАДИТЕ ХОРА И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО НА СТАРЕЕНЕТО НА НАСЕЛЕНИЕТО — *79* — YOUNG GENERATION AND CHALLENGE OF POPULATION AGEING

МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИЗЪМ — ***INTERNATIONAL TOURISM***

МИЛЕНА ФИЛИПОВА — ***MILENA FILIPOVA***

СПЕЦИАЛНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА СТРАТЕГИЧЕСКИТЕ БИЗНЕС ПОЛЕТА В ТУРИЗМА — *91* — SPECIAL FEATURES OF STRATEGIC BUSINESS FIELDS IN TOURISM

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ — ***HUMAN RESOURCES MANAGEMENT***

ГЕОРГИ П. ГЕОРГИЕВ
ДИЛЯНА ЯНЕВА

GEORGI P. GEORGIEV
DILYANA YANEVA

ФОРМИ И МЕТОДИЧЕСКИ СРЕДСТВА ЗА ПОВИШЕНА МОТИВАЦИЯ В РАБОТНАТА ЗАПЛАТА — *98* — FORMS AND METHODOLOGICAL MEANS FOR ENHANCING THE WAGES MOTIVATION

СУЕЛА ГЕРДХЕ

РАЗНООБРАЗИЕТО НА ЛИЧНОСТНИТЕ ЦЕННОСТИ НА ПОКОЛЕНИЯТА, ВЪЗДЕЙСТВИЕ ВЪРХУ ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ *107*

SUELA GERDHE

THE DIVERSITY OF PERSONAL VALUES OF GENERATIONS, THE IMPACT ON PROFESSIONAL CHARACTERISTICS

ИКОНОМИКА НА ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО И БЕЗОПАСНОСТТА НА РАБОТНОТО МЯСТО

OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY ECONOMICS

ДЕСИСЛАВА СТОИЛОВА
ПРЕСЛАВ ДИМИТРОВ

ПУБЛИЧНИТЕ НАУЧНИ ФОРУМИ, ОРГАНИЗИРАНИ ПО ПРОЕКТ С АКРОНИМ „ROWER", ФИНАНСИРАН ПО 7-МА РАМКОВА ПРОГРАМА ЗА НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА ЕС *113*

DESISLAVA STOILOVA
PRESLAV DIMITROV

THE PUBLIC SCIENTIFIC EVENTS ORGANIZED UNDER THE "ROWER" PROJECT FINANCED UNDER THE EU 7TH FRAMEWORK PROGRAMME FOR SCIENTIFIC RESEARCH

РЕЦЕНЗИИ

REVIEWS

ВЛАДИМИР ЦАРЕВСКИ

ИНТЕРЕСНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИСТОРИЯТА НА ФИНАНСОВИТЕ КРИЗИ *123*

VLADIMIR TSAREVSKI

AN INTERESTING STUDY ON THE HISTORY OF FINANCIAL CRISIS

НОВИ КНИГИ *125* ***NEW BOOKS***

Настоящият брой на списание "Икономика и управление" се издава с финансовата подкрепа на авторите.

Всяка една от статиите, публикувани в списание „Икономика и управление", издание на Стопанския факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски", след предварителна селекция от редакционната колегия, се рецензира от двама хабилитирани рецензенти, специалисти в съответното научно направление.

Each of the articles published in the "Economics & Management" Magazine, edition of the Faculty of Economics at the SWU "Neofit Rilski", after preliminary selection by the Editorial board, is a subject of preliminary review by two tenured reviewers, specialists in the respective scientific domain.

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 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 членството на България към Европейския съюз. Стопанският факултет вече второ десетилетие се изявява 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 обхващат научни сфери, съответстващи на научната и образователната проблематика и профилирането на специалности в Стопанския факултет – мениджмънт, маркетинг, финанси, счетоводство и контрол, социално-културни дейности, туризъм, социална политика, инфраструктура и други.

Списание "Икономика и управление" се явява среда за среща на мненията и оценките на учени, изследователи и специалисти от сферата на науката и на стопанския живот.

Редакционната колегия 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 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

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

АНКЕ ШНАЦ
УНИВЕРСИТЕТ РВТУ ААХЕН, Германия

проф. д-р БЬОРН ПААПЕ
УНИВЕРСИТЕТ РВТУ ААХЕН, Германия

д-р ИВОНА КИЕРЕТА
УНИВЕРСИТЕТ РВТУ ААХЕН, Германия

ИКОНОМИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ: РАЗМИСЛИ ВЪЗ ОСНОВА НА СЪВРЕМЕННОТО РАЗВИТИЕ В САЩ И ГЕРМАНИЯ

ECONOMIC ASPECTS OF TERTIARY EDUCATION: DELIBERATIONS BASED ON CURRENT DEVELOPMENTS IN THE USA AND GERMANY

ANKE SCHNATZ
RWTH AACHEN UNIVERSITY, Germany

Prof. Dr. Dr. BJÖRN PAAPE
RWTH AACHEN UNIVERSITY, Germany

Dr. IWONA KIERETA
RWTH AACHEN UNIVERSITY, Germany

Abstract: As a commodity, education in general and university education in particular fulfils key economic, societal and social functions. A high level of education is imperative for high economic growth, cohesion and social peace within a society as well as for the professional success of an individual and his or her status within the social fabric. The debate on the introduction and abolition – and also the size - of tuition fees is an expression of the conflict between the goals of funding and of social fairness. In the search for solutions, America's tertiary educational system is often cited as a comparative model or even as an exemplary role model for the necessary reforms. At first sight, the high level of tuition fees seems easily compatible with a continuously high level of university students. The objective of our analysis is to compare the tertiary education systems of Germany and the USA and thereby present the basic economic aspects of the current discussion. We intend to provide initial impetus for a further analysis which would examine in more detail the potential relationship between university financing and stratum-specific university attendance and would ascertain the extent to which personal financial contributions towards the necessary costs of a university education create and reproduce educational inequality at universities.
Key words: economic aspects of tertiary education, education systems, university funding, university costs

1. Classification of the Types of Universities and Colleges in USA and in Germany

The academic landscape in the USA features a high level of competition and accessibility to the education market, resulting in a wide variety of tertiary institutions, which can be categorized according to their different features. A sufficient classification of the various institutions for the purposes of this analysis is that offered by the National Center for Education Statistics (NCES).[1] This

[1] Depending on purpose, there are several classifications available. One of these is that of the Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching, which categorizes the different types of university and college according to the highest degree

classification differentiates between publicly and privately funded organizations and the official length of the study programmes, i.e. between the so-called 2-year and 4-year colleges. Out of a total of 4,409 universities and colleges in the USA, in the academic year 2008/09, 1,676 (38%) of these were public and 2,733 (62%) were private, whereby in both cases the number of 4-year colleges exceeded those of the 2-year institutions.[2] Although there are more private tertiary institutions, the majority (73%) of all the students in the USA are enrolled at public universities and colleges, whereas only 27% of them are at private institutions.[3]

Further to the NCES classification, American universities and colleges can be classified into their corresponding type of access policy, i.e. open or selective.[4]

Universities and colleges in the USA – depending on their role and mission – have totally different educational objectives.[5] The very broadly defined American tertiary education sector comprises in addition to the academically oriented institutions numerous vocationally oriented institutions which – by German definition – would tend to be allocated to the level of secondary education rather than tertiary.[6] This difference between the different interpretations of the word "university" (or "college") must be kept in mind during the following comparison, as must also the resulting far-reaching differences between the levels of education offered by the individual universities in the USA itself and the differences between those offered by USA and Germany.

The complex academic landscape in the USA contrasts sharply with the comparatively simply structured, state-dominated, binary system of traditional universities and universities of applied science in Germany.[7] According to Germany's Federal Statistical Office (Statistisches Bundesamt), in the winter semester 2009/10, the German academic landscape consisted of a total of 410 tertiary institutions, 105 of which are traditional universities and 203 of which are universities of applied science. Despite this difference in numbers, of the 2.1 million students, there were substantially more studying at the former (1.4 million or 66%) than at the latter (644,005 or 30%).[8] The hitherto rather undeveloped private tertiary education sector in Germany is gaining more importance; the number of students studying at private institutions has increased over the last few years up to 4.5%.[9]

2. Type and Scope of Tertiary Education Financing in USA and Germany

Spending on tertiary education in the USA has traditionally always been at a very high level. According to the OECD report on

they offer, the amount of research they undertake, and the disciplines they offer. This categorization is generally recognized and is usually applied in most cases. However, as it differentiates very finely, it is – for this particular study – too advanced. Cf. Carnegie Foundation for the Advancement Of Teaching, The Carnegie Classification, 2001.

[2] Cf. NCES, Digest of Education Statistics 2009, p. 398.

[3] Cf. NCES, Digest of Education Statistics 2009, p. 284.

[4] Cf. Rothfuß, A., *Hochschulen in den USA und in Deutschland. Ein Vergleich aus ökonomischer Sicht,* 1997, p. 49.

[5] Cf. Gebhardt, J., *Jenseits von Humboldt – Amerika?* 2001, p. 7f.; Fallon, D., *Die Differenzierung amerikanischer Hochschulen,* 2001, p. 87.

[6] Cf. Rothfuß, A., op. cit., p. 68.

[7] Owing to their specific characters, we omit here the Pädagogische Hochschulen, (teaching training colleges), Theologische Hochschulen (theological universities), Musikhochschulen (universities of music) and universities of music. Similarly, we omit the "Duale Berufsakademien" (dual vocational academies) which were recently renamed as universities, and the Fachhochschulen für öffentliche Verwaltung (universities for the further education of civil servants).

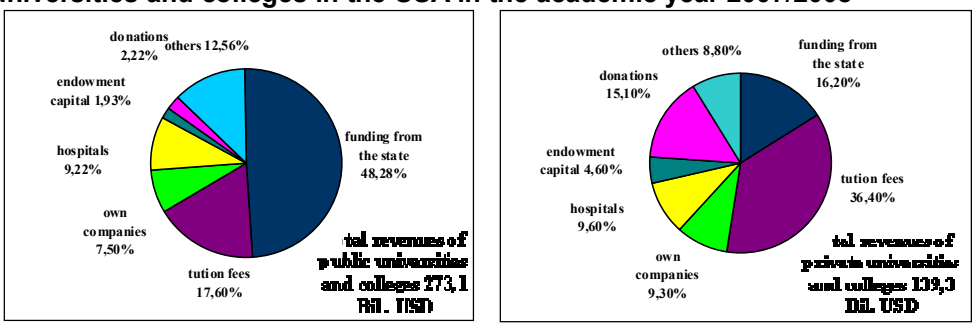
[8] Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, *Hochschulen insgesamt,* no year, Statistisches Bundesamt Deutschland, *Studierende insgesamt,* no year.

[9] Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, 4.5% of students at private tertiary institutions, 15.03.2010. More information on the private tertiary sector is provided by a new survey by the Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft in cooperation with McKinsey; Frank, A., et al., *Rolle und Zukunft privater Hochschulen in Deutschland,* 2010.

education 2010, the spending on USA tertiary educational institutions was – in 2007 - approximately 3.1% of the GDP. This means that the USA heads the OECD countries, and also spends more than twice as much as the OECD average of 1.5% for university spending. This prominent position of the USA derives in particular from the above average share of private financing. Whereas the USA with only its public share of 1.0% of the GDP holds a solid, midfield position, the private spending to the tune of 2.1% of the GDP secures the USA a vanguard position in the OECD comparison.[10] The reasons behind this private financing pattern lie within the institutional structuring of American tertiary education. On account of their decentralized character and the limited responsibility of the government for educational issues, American tertiary institutions – particularly the private ones – have always been dependent on a multitude of different sources of revenue. Although both public and private universities and colleges are in the main financed by the same sources, depending on their funding bodies, their weighting in the total budget is different.[11] Figure 1 illustrates the situation.

State university funding in the USA takes place on 3 levels: via national research funds – to which public and private tertiary education institutions have equal access, via individual state means for the current business operations, which are made available on the basis of performance-related financing formulae, and grants from the local community, which are awarded to the 2-year community-funded Community Colleges.[12] Although state funding at private colleges does not play a dominant role, (16.20%), it accounts for almost half of the total revenue of the public two- and 4-year universities in the USA, and is thus the main source of financing.[13] The majority of the funding comes from the individual states. Depending on the number of students, the individual financing need of each institution is calculated and specifically allocated.[14]

Figure 1: Relative significance of the revenue sources for public and private universities and colleges in the USA in the academic year 2007/2008



Source: own illustration on the basis of data provided by NCES, The Condition of Education 2010, p. 316, online, accessed on 17.09.2010.

[10] Cf. OECD, Education at a Glance 2010, p. 220; Busemeyer, M., *Bildungspolitik in den USA, Eine historisch-institutionalistische Perspektive auf das Verhältnis von öffentlichen und privaten Bildungsinstitutionen,* in: Zeitschrift für Sozialreform, Vol. 53, 2007, No. 1, p. 57f.

[11] Cf. Rothfuß, A., op. cit., p. 223; Busemeyer, M., op. cit., p. 70; Fallon, D., *Die Differenzierung amerikanischer Hochschulen nach Funktion und Bildungsauftrag,* 2001, p. 91.

[12] Cf. Rothfuß, A., op. cit., p. 227ff.

[13] Cf. NCES, The Condition of Education 2010, op. cit., p. 316.

[14] Cf. Rothfuß, A. op. cit., p.. 230ff.

Student fees are the primary source of income for the private institutions of tertiary education. In the course of a rapid increase in student fees during the last ten years, its share of the total budget has increased continuously. For private colleges, it was 36.40% in the academic year 2007/2008, and for public ones 17.60%.[15]

A further pillar of American university financing is that consisting of contributions from donations, sponsoring and endowment capital. Although barely relevant at public institutions, they contribute greatly to the financing of private universities. Following religious groups and church communities, the second most important source of finance is that of donations. The largest donation volume emanates from alumni of the university, who are contacted regularly by a college's internal fundraising department. Via the specific marketing of donations, private colleges aim to additionally attract influential, wealthy US citizens, companies and foundations as donors.[16] In contrast with the mostly specifically allocated donation money, the endowment capital delivers steady revenues. Recent calculations by the NCES show that the endowment capital of all US universities and colleges in 2007 was 410 billion US$, although the total volume is unevenly distributed over the American university landscape. The 120 colleges with the highest endowment capital hold over 310 billion US$ of the total endowment capital.[17]

American colleges and universities receive further revenues from university companies which sell products and services to students, professors, administrative staff and the general public.[18] Although direct costs are involved, to date universities have managed to secure themselves a financial contribution in this way.[19]

It is apparent that the state is increasingly withdrawing from university/college funding.[20]

During the last few decades, the alternately increasing figures for revenues and expenditure have been described by Robert E. Martin as an endless "revenue-to-cost spiral".[21] It has led to an almost uncontrollable cost development in tertiary education, in the course of which college costs in the USA have grown much more quickly than the rate of inflation, the consumer price index and health and energy costs. In order to cover the increasing college expenditure, additional revenues are needed, which on the other hand induce further spending. Incentives to save costs are limited, owing to the fear that a "saving" image might impact negatively on the image of a university and thus on third party financing.[22]

This dependency on private financial sources, which has always been responsible for the power resources of

---

[15] Cf. NCES, The Condition of Education 2010, op. cit., p. 316; NCES, Postsecondary Institutions and the Price of Attendance, 2010, p. 4.

[16] Cf. HIS, *Warum´ sind die amerikanischen Spitzenuniversitäten so erfolgreich?*2005, p. 33f.; Lenhardt, D., *Hochschulen in Deutschland und in den USA,* 2005, p. 131f., Rothfuß, A., op. cit. *p.* 238f. The great willingness to donate in the USA may be explained by the fiscal advantages it offers; American trusts law and inheritance law also act favourably towards bequests to charitable trusts and endowments, including those of universities and colleges. Cf. Busemeyer, M., op. cit., p. 70.

[17] Among the "top five" we have Harvard University (35 billion US$), Yale University (22 billion US$), Princeton University (16 billion US$) and the University of Texas System (14 billion US$). Cf. NCES, Digest of Education Statistics 2009, p. 509.

[18] These companies include student halls of residence, restaurants, sports facilities, car parks, shopping malls, university printing companies, university hospitals. Cf. Rothfuß, A., op. cit., p. 241.

[19] Sales of technologies to business and industry is becoming increasingly significant for the leading research universities with large natural sciences and engineering faculties – such as Massachusetts Institute of Technology (MIT). For all other institutions – and thus for US universities and colleges as a whole – this source of revenue has little relevance. Cf. Rothfuß, A., op. cit., p. 241ff.

[20] Cf. Ibid. Stern, A., U.S. colleges punished by financial crisis, 2008, Blumenstyk, G., Public Colleges Turn to Tuition Increases to Offset Budget Squeezes, 2010,; cf. Martin, R., The Revenue-to-Cost Spiral in Higher Education 2009, p. 11f.; Busemeyer, M., op. cit., p. 70.

[21] Martin, R., op. cit., p. 3.

[22] Cf. Martin, R., op. cit., p. 11ff.

American colleges and which has always been seen as their great strength, has proven to be a problem since 2009. As a result of the so-called "financial crash", private donations diminished and also the endowment assets of many colleges shrank by 30%.[23] This slump is regarded among educational experts as "the greatest crisis in the history of American colleges"[24] and it is forcing tertiary educational institutions to implement saving measures and to increase tuition fees yet again. Thanks to substantial reserves in the form of endowment capital, savings of this kind are not so drastic for the wealthy, private elite colleges. However, the financial crisis could endanger the existence of the smaller private colleges with endowment assets of less than 50 million US$.[25]

A similar look at the investment level for Germany's tertiary education shows that for 2007 the GDP share was 1.1%.Thus, German university spending both with regard to the USA (3.1% of the GDP) and to the OECD average (1.5% of the GDP) is rather low. This can be traced back mainly to the below-average private share: whilst in Germany it is only 0.2%, in the USA it is 2.1% of the GDP, and in the OECD average 0.5% of the GDP. In contrast, the share of public university spending is – at 0.9% - only just below the OECD country average of 1.0%.[26]

Table 1: Share of public, private and total spending on universities per GDP in USA, Germany and the OECD average

	Public	Private	Total
USA	1.0%	2.1%	3.1%
Germany	0.9%	0.2%	1.1%
OECD average	1.0%	0.5%	1.5%

Source: Own illustration on the basis of Data from the OECD, Education at a Glance 2010, p. 220

[23] E.g. Oberlin College – an elite college in Ohio – reported that its endowment capital of 750 million US$ had shrunk by 15% during 4 months. The University of Wisconsin in Madison had an initial endowment capital of 1.8 billion US$ but this shrank by 18% within a few months. Harvard lost a third of its endowment capital. Cf. Stern, A., op. cit.

[24] Spiewak, M., Thuswaldner, G., *In Harvard wird gespart*, 13.01.2009.

[25] Cf. Ibid.; Stern, A., op. cit., Comparative USA-wide figures on the impact of the financial crisis on the American university system are not yet available. The diminishing revenues of private institutions from 182.4 billion US€ in 2006/07 down to 139.3 billion US€ in 2007/08 provide us with a good idea.

[26] Cf. OECD, Education at a Glance 2010, p. 220.

There is no evidence, then, of a noticeable under-financing of German tertiary education, despite under average total expenditure. Rather, it should be taken into consideration that on the one hand the share of the population in the regular student age-group in Germany is – on account of demographics – much lower than the OECD average and the corresponding share in the USA.[27] On the other hand, a lot of young people in Germany choose to switch to the "dual education" system rather than going on to university. Neither America nor a lot of other OECD nations offer a similarly attractive and respected vocational option.[28] In order to get a more precise picture of the scope of German university financing, it is therefore necessary to incorporate the costs per individual full-time student in 2007 in US$ purchasing power parity as a further indicator. In this context, Germany is about 7% above the OECD country average; the USA more than doubles the percentage.[29]

Universities in Germany are funded from three basic sources: by *Bund* and *Länder (*federal and state governments), administrative revenue and third party funding. The largest share of funding consists of basic state funding. As they are state-owned institutions, universities – in line with the principle of cultural autonomy – are the responsibility of the individual federal states, who maintain and manage them. Apart from the annual budget for universities, staff, material and financial resources are provided.[30] Preliminary calculations for 2008 show that the basic financing of universities by the federal states amounted to 17.9 billion €.[31]

Since the federalism reform of 2006, the federal government has successively withdrawn from the financing of universities.[32] Up to 2019 a transitional continuation of funding is intended as support for the states. Furthermore, the federal government continues to support the DFG – Germany's largest research funding organization. In total, the federal government in 2008 spent 2.4 billion € on university funding.[33] Taking the spending by the federal and the state governments together, we have a public university funding sum of 20.3 billion €, which corresponds to a percentage share of 52.70% of the total budget.[34] A look at the weighting of the different types of revenue in the course of time shows that the basic funding is diminishing whereas third-party funding and administrative revenue are on the increase.[35]

[27] The share of 15-19 year olds of the total population in 2006/07 was 5.8% in Germany, 7.1% in the USA, 6.6% was the OECD average; the share of 20-29 year olds in Germany was 11.9%, 14.0% in the USA, 13.9% was the OECD average. Cf. OECD, Education at a Glance, p. 219.

[28] Cf. Pechar, H., *Bildungsökonomie und Bildungspolitik, Studienreihe Bildungs- und Wissenschaftsmanagement,* Vol. 2, 2006, p. 77; Wiesler, A., *Reform der Finanzierung der Hochschulbildung, Eine finanzwissenschaftliche Analyse,* 2005, p. 18f.

[29] Cf. OECD, Education at a Glance 2010, p. 202.

[30] Cf. Wiesler, A., op. cit., p. 13ff.

[31] Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, *Bildungsfinanzbericht* 2009.

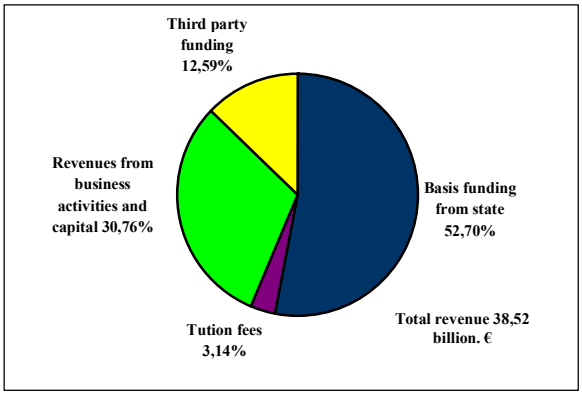
[32] Within the framework of the *Gemeinschaftsaufgabe Aus- und Neubau von Hochschulen* policy, the federal government funded the extending of existing universities or the creation of new ones up to 2006. In the course of the federalism reform, this process passed into the sole hands of the individual states. Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, *Bildungsfinanzbericht* 2009, p. 52.

[33] Cf. ibid., p. 52f.

[34] Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, *Monetäre hochschulstatistische Kennzahlen* 2007, 2009, p. 22.

[35] Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, *Bildungsfinanzbericht* 2009, p. 52: Wiesler, AI, op. cit., p. 13; Köhler-Cronenberg, T.: *Das Hochschulwesen der Bundesrepublik Deutschland zwischen Markt und Staat, eine ordnungstheoretische Analyse der Handlungsmöglichkeiten,* 2008, p. 31.

Figure 2: Relative significance of sources of funding for German Universities in 2008.



Source: Own illustration and calculation on the basis of data provided by the Statistisches Bundesamt Deutschland, *Finanzen der Hochschulen* 2008, 2010, p. 145.

The universities' "administrative revenue" in this context consists up to and including the reporting year 2005 of the students' contributions[36] and revenue from business activities and assets. Since 2006, however, these two categories of revenue are treated separately. The latter category includes all the revenues from university sponsoring, the selling of material goods and assets, from publications, licenses and patents. About 90% of the revenue from services comes from healthcare in university hospitals.[37] According to the Statistisches Bundesamt, Germany-wide revenue from tuition fees in 2008 had risen in contrast to the previous year by 0.2 billion € to approx. 1.2 billion €. With regard to revenue from business activities and assets, a growth rate of 5% meant a total of 11.8 billion €.[38] In all, this results in a share of 3.14% and 30.76%, respectively, of universities' total funding.

Universities generate further revenue in Germany by attracting third party funding from public or private organizations. Third-party funding is provided in addition to basic financing for promoting teaching, research and development and also supporting young scientists. It normally serves specific research and promotional activities and is thus usually project-oriented and of limited duration. Accordingly, there is a lot of competition between the different university institutions for the gaining of financial means from industries and public bodies. In total, third-party funding in 2008 amounted to 4.9 billion € - an increase of 13.9% over the previous year. The most important third party funders were the DFG (1.6 billion €, 33.74%), industry (1.2 billion €, 24.78%) and the federal government (1.0 billion €, 19.85%)[39]. If we consider that the DFG as the main third party funder, has 99.6% of its financial backing from the federal government and the state governments, it is obvious that the share of state financing is the largest for third-party funding and also for university financing as a whole[40]. It is

[36] Excluding the contributions for Studentenwerke (student support services), Asta (students' union) and Semesterticket (student rail/bus pass).

[37] Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, *Finanzen der Hochschulen* 2008, p. 5 and p. 153; Wiesler, A. op. cit., p. 13.

[38] Cf. Bildungsspiegel, universities spent 36 billion € in 2008. 30.04.2010.

[39] Cf. Statistisches Bundesamt Deutschland, *Finanzen der Hochschulen* 2008, p. 27 and p. 153f; Bildungsspiegel, universities spent 36 billion € in 2008; Wiesler, A., op. cit., p. 13f: Köhler-Cronenberg, T., op. cit., p. 30; Konegen-Grenier, C., *Hochschulen und Wirtschaft*, 2009, p. 61ff.

[40] However, we can assume that the share of private third party funding is greater than the statistics show.

obvious, then, that Germany's universities are financed mainly by the state. As a result of increasing pressure for reform, Germany's university funding is becoming more open and flexible, even though the introduction of tuition fees has met with considerable opposition in some cases.[41]

3. Analysis of Tertiary Educational Financing in the Sense of Human Capital Theory

For an analysis of the financing of tertiary education, we must first ascertain the motivation of interests of the state and of individuals for a university education. We differentiate between two basic lines of thought: education as a consumer good or as an investment.[42] Whereas the thesis of consumption sees the enjoyment value of educating oneself and the monetary advantages of a university education, human capital theory emphasizes the "investment" character of a university education as the reason behind demand for higher education. The gaining of an education, i.e. the acquisition of knowledge and skills through educational activities, is seen as a process of human capital accumulation. With increasing qualifications, the individual productivity and flexible adaptability to the changing requirements of the labour market increase. More highly educated individuals do not only earn more money but regard themselves as being less likely to be unemployed. In the case of a university education, this means that a student consciously goes without consumer goods and a working income for the length of his/her study programme, carrying the cost of a university programme in order to earn more money at the end of the process.[43] The model on which this concept is based is that of the *homo economicus* – the rationally acting human who selects the most advantageous path of action based on the cost-benefit deliberations theory according to the principle of economic efficiency.[44] As investment in education is always a decision at the expense of alternative investment possibilities, rationally acting individuals will invest in their own education for as long as the expected return on education exceeds the return of other investments.[45]

The extent of private returns on an academic education can be established in the sense of a business investment calculation. On the outgoing side we have tuition fees corresponding to the duration of the university course (minus potential non-repayable student loans) and study-related

The university financing statistics published by the Statistisches Bundesamt show only funding which is managed by the university budget or university suspense accounts. Not included are, amongst other things, direct payments to individual academics, items on loan, donations in kind, gifts - all of which will be found in considerable amounts at universities of technology in particular – money saved through co-rights of use in the framework of public private partnerships, and private payments into university endowment funds and their assets. Cf. Konegen-Grenier, T., *Hochschulen und Wirtschaft,* 2009., p. 65; Rothfuß, A., op. cit., p. 246.

[41] For a detailed overview of reforms, particularly in the area of university budget management, where New Public Management has replaced the former cameralistic accounting methods, see Leszczensky, *Paradigmenwechsel in der Hochschulfinanzierung,* 2004, and Ziegel, F., *Budgetierung und Finanzierung in Hochschulen,* 2008.

[42] Cf. Graßl, H., *Ökonomisierung der Bildungsproduktion,* 2008, p. 104; Hradil, S., *Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich,* 2006, p. 136f.

[43] Cf. Timmermann, D., *Bildungsökonomie,* 2005,p. 84ff.; Steiner, V., Schmitz, S.., *Hohe Bildungsrenditen durch Vermeidung von Arbeitslosigkeit,* 2010, p. 4; Stettes, O., *Bildungsökonomische Grundlagen,* 2006, p. 42f.; Hradil, S., op. cit., p. 136f.; Wiesler, A., op. cit., p. 19f.; Graßl, H., op. cit., p. 104ff.; Köhler-Cronenberg, T., op. cit., p. 76ff.

[44] Cf. Erlei, M., Leschke, M., Sauerland, D., *Neue Institutionenökonomik,* 2007, p. 2ff.; Pechar, H., op. cit., p. 38.

[45] The postulated self-regulatory power of the market is said to prevent an excessive expansion of demand for education. If – in this model – the number of highly qualified persons exceeds the demand for them on the labour market, the wages for this group of people will drop and the returns on education will correspondingly diminish. By the same token – according to this model, the demand for education would fall. Cf. Grin, F., *Grundzüge der volkswirtschaftlichen Bildungsökonomie,*2005, p. 72ff.; Nagel, B., *Studiengebühren und ihre sozialen Auswirkungen,* 2003, p. 26; Hradil, S., op. cit., p. 137; Wiesler, Al., op. cit., p. 20; Graßl, H., op. cit., p. 105f.

expenditure for materials, etc. In addition, opportunity costs are considered which arise from a lack of income during the years at university when compared with the next lowest level of vocational training. On the incoming side we have the increased income when compared to the next lowest vocational training level and the numerous indirect non-monetary returns of a higher education, e.g. increased social status, better health (from a statistical viewpoint), longevity, less risk of unemployment, more attractive further educational opportunities, etc.[46] As they are difficult to measure, these non-monetary effects are frequently omitted from calculations of returns, whereby private educational returns are often "underestimated".[47]

A comparison of private returns on tertiary education in USA and Germany shows the return on investment in both countries. Calculations by the Cologne Institute for Economic Research for 2007 show that the returns of an additional educational year for western Germany were 9.9% and for eastern German 9.6%. The annual rate of return for a university education is 7.5%, and for vocational training 10.2%. The reason for the latter being higher is that for this training there are lower opportunity costs than for a university education on account of the shorter duration and the money earned during vocational training. Thus, the vocational training path would seem to be more profitable. However, if we compare the financial yields of a university education (66,800 €) with those of a vocational training (23,700€), it becomes obvious that in Germany an academic education is the most beneficial investment for accumulating capital and maximizing life income. However, we have to bear in mind that the returns can vary according to what is actually being studied at university. Earnings of "MINT" graduates[48] are far higher than the average earnings for German graduates.[49] It should also be observed that the higher the level of education, the lower the risk of unemployment: the unemployed rate for academics in Germany rose to 167,00 in 2009 on account of the crisis, but this is still low when compared to the 1.26 million people unemployed who have no job qualifications.[50]

The USA shows even more clearly that university/college education brings more returns. The great educational bonuses of the liberal job market give special incentive to people to invest in their education. According to OECD figures for 2004, the private return on tertiary education in the USA is 11.0% for men and 8.4% for women.[51] The rate of return on university attendance is also shown vividly in the income differences; a Bachelor graduate with a medium annual income of 55,700 US$ earns around 61% more than a high school graduate with a medium annual income of 33,800.[52] Education level related differences are also reflected in the unemployment figures: of the total 14.8 million unemployed in October 2010, 15.3% of them had no educational qualifications. 10.1% of them had only a high school diploma and 8.5% of them had an associate degree[53] or an unfinished university career. 4.7% held a Bachelor degree or higher.[54]

---

[46] Cf. Steiner, V., Schmitz, S., op. cit., p. 2ff.; Wieseler, op. cit., p. 21 ff.; Graßl, H., op. cit., p. 106; Pechar, H., op. cit., p. 37ff.; Timmermann, D., op. cit., p. 95f.; Grin, F., op. cit., p. 76f.; Köhler-Cronenberg, T., op. cit., p. 99ff.; Nagel, B., op. cit., p. 26.

[47] Cf. Wiesler, A., op. cit., p. 21f.; Steiner, V., Schmitz, S., op. cit., p. 4f.; Grin, F., op. cit., p. 80.

[48] MINT stands for mathematics, informatics, natural sciences and technology.

[49] Cf. Anger, C., Plünnecke, A., Schmidt, J., *Bildungsrenditen in Deutschland,* 2010, p. 4f.

[50] Cf. Kuhn, P., *Erwerbslosigkeit steigt unter Akademikern besonders stark an,* 23.01.2010.

[51] Cf. OECD, Education at a Glance 2008, p. 196. For the USA, more up-to-date calculations of returns are not available. On account of prohibited data publication, the OECD education report 2010 does not contain the rates of return on US tertiary education.
Due to a tendency to earn less and usually have a shorter working life, the returns on education for women are usually lower than for men.

[52] Cf. Collegeboard, Education Pays 2010, 2010, p. 11.

[53] Associate degrees are awarded after 2 years at university. In the USA they are recognized as a first degree and entitle the holder to take a Bachelor

In view of the high returns on tertiary education in USA and Germany, we can definitely speak of education being an investment in the sense of human capital theory.

Despite sufficient evidence for the "investment" character of a university degree, we should emphasize here the consumption value – mentioned earlier – of tertiary education. This is reflected – amongst other things – in the demand for study programmes which have a lower economic usability on the labour market. Poor career and earning prospects result in the low, even negative rate of return on such decisions about what disciplines to study. These decisions are usually made without any particular career in mind or because a school leaver is interested in a particular subject.[55] To define education only as an investment good is not justified owing to the described consumptive aspects. There is a demand for education which stems from both investive and consumptive intentions.

However, human capital theory does not only regard the demand for education from a microeconomic viewpoint; it also provides an explanatory approach for a macroeconomic interest in education. The focus of this observation is the significance of education for the economic production process, in which an increasing human capital leads – via the gaining of qualifications – to an increase in the production and innovation ability and thus to positive growth effects in an economy.[56] This growth-promoting impact of education has been proven by various empirical studies. Bassanini/Scarpetta[57] came to the conclusion that an average additional year of education increases the GDP per capital by approx. 6% in the long-term.[58] The educational standing of a society, i.e. the amount and quality of the available human capital, influences to a decisive extent the competitiveness and the ranking of a country in international competition. Measures taken by the state to extend, enhance and finance education can – then – be understood as investments, which the state implements in order to generate welfare and growth effects in the future.[59]

Costs and benefits of state investment in education are as follows: from the viewpoint of the public sector (fiscal return on education) the costs are directly composed of university spending and financial aid for students and indirectly of lost tax revenue during a student's university life. Benefits are composed of the additional tax and social insurance revenue following the gaining of a university degree, because graduates incur higher taxation owing to their increased gross income.[60] OECD calculations of returns show that the public rate of return on education for 2003 was 12.9% for men and 9.1% for women in the USA, and in Germany 9.4% and 5.3% respectively.[61]

At the centre of the discussion on a state's role in education in the sense of financing, there is the issue of what positive extra effects exist as produced by educational activities. Due to its being

degree. They may be general, technological or more practically oriented.

[54] Cf. U.S. Bureau of Labour Statistics, Employment Status by Educational Attainment, 2010.

[55] Cf. Wiesler, A., op. cit., p. 26f.

[56] Cf. Klös, H.-P., Plünnecke, A., *Bildungsfinanzierung und Bildungsregulierung in Deutschland,* 2006, p. 11f.; Berg, R., *Staatliche Bildungsinvestitionen als Rechtfertigung für öffentliche Schuldaufnahme?* 2008, p. 108ff.; Köhler-Cronenberg, T., op. cit., p. 64ff.; Timmermann, op. cit., p. 96ff.

[57] Bassanini, A., Scarpetta, S., Does human capital matter for growth in OECD countries? A pooled mean-group approach, in Economics Letters, Volume 74, Issue 3, February 2002, p. 399ff.

[58] Cf. Klös, H.-P., Plünnecke, A., op. cit., p. 11.

[59] Cf. Graßl, H. op. cit., p. 104f.

[60] Cf. Wiesler, A., op. cit., p. 22f.; Steiner, V., Schmitz, S. op. cit. p. 2ff.; Berg, R. op. cit., p. 117.

[61] Because the OECD education report 2010 was not permitted to include the public returns on education for the USA, here we use for purposes of comparison the rates of return for the 2008 report. Cf. OECD, Education at a Glance 2008, p. 198. According to the 2010 report, the public rates of return in Germany in 2006 on university education were 11.8% and 8.4%, respectively. Cf. OECD, Education at a Glance 2010, p. 150.

difficult to prove empirically and its far-reaching implications or educational financing, the existence of educational externalities is a very controversial subject in the literature. Positive external effects exist if the educational activities of individual persons impact on the benefits to the welfare of third parties without the latter having to contribute to the costs incurred.[62] Revenue which is generated by educational investments is not limited to the student in question but extends out to society as a whole. Because it is not possible for consumers of education to fully internalize the benefits of their education, it cannot be ruled out that educational goods are demanded in economically insufficient amounts. This leads to a sub-optimal supply of the commodity "education".[63] We may conclude that it is legitimate to claim that the state is responsible for the provision of education and the financing of it.[64] The extent to which it is responsible is a question of how external effects are defined and how their weighting is estimated with regard to internal private returns on education.[65] This paper, then, is intended to motivate research into the central question of the economics of tertiary education. Whether the prospect of greater returns on education provides sufficient motivation for society and particularly the lower status and lower income strata to engage in tertiary education will be revealed in a separate paper on social inequality in American and German tertiary education.

[62] Vice versa, negative external effects impact on society by minimizing utility and welfare and thus incur costs. In the literature, the following potential negative external effects of tertiary education are identified: the creation of an academic proletariat, the danger of unrest due to student protests and so-called education theft. Cf. Wiesler, A., op. cit., p. 43f.
[63] Köhler-Cronenberg, T., op. cit., p. 101.
[64] Cf. ibid.; Nagel, B., op. cit., p. 21f.; Wiesler, A. op. cit., p. 33f.; Pechar, H. op. cit. p. 44; Berg, R., op. cit. p. 12f.; Stettes, O., op. cit., p. 46; Grin, F., op. cit. p. 82 ; van Lith, U., *Marktversagen, staatliche Bildungsfinanzierung und – produktion und die Verteilung von Verfügungsrechten im Bildungsbereich,* no year, p. 1.
[65] Cf. Pechar, H. op. cit., p. 45.

Bibliography:

Anger, Christina; Plünnecke, Axel; Schmidt, Jörg: Bildungsrenditen in Deutschland – Einflussfaktoren, politische Optionen und volkswirtschaftliche Effekte, Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, 15.03.2010, URL: http://www.iwkoeln.de/Portals/0/PDF/dokumente_andere/2010/studie_bildungsrenditen.pdf,

Bassanini A., Scarpetta, S., Does human capital matter for growth in OECD countries? A pooled mean-group approach, in Economics Letters, Volume 74, Issue 3, February 2002, pp. 399-405.

Berg, Raimund: Staatliche Bildungsinvestitionen als Rechtfertigung für öffentliche Schuldaufnahme?, Hochschulschriften Vol. 123, Metropolis-Verlag, Marburg 2008.

Bildungsspiegel: Hochschulen gaben im Jahr 2008 36 Milliarden Euro aus, 30.04.2010, URL: http://www.bildungsspiegel.de/aktuelles/destatis-hochschulen-gaben-im-jahr-2008-36-milliarden-euro-aus.html?Itemid=262.

Blumenstyk, Goldie: Public Colleges Turn to Tuition Increases to Offset Budget Squeezes, in: The Chronicle of Higher Education, 31.08.2010, URL: http://chronicle.com/article/Public-Colleges-Turn-to/124214.

Busemeyer, Marius R.: Bildungspolitik in den USA, Eine historisch-institutionalistische Perspektive auf das Verhältnis von öffentlichen und privaten Bildungsinstitutionen, in: Zeitschrift für Sozialreform, Jahrgang 53, 2007, No. 1, pp. 57-78, URL: http://www.mpi-fg-koeln.mpg.de/pu/mpifg_ja/ZSR_53-07_Busemeyer.pdf.

Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching: The Carnegie Classification of Institutions of Higher Education 2000 Edition, 2001, URL: http://classifications.carnegiefoundation.org/downloads/2000_edition_data_printable.pdf.

Collegeboard: Education Pays 2010, The Benefits of Higher Education for Individuals and Society, Trends in Higher Education Series, Washington 2010, URL: http://trends.collegeboard.org/downloads/Education_Pays_2010.pdf.

Erlei, Mathias; Leschke, Martin; Sauerland, Dirk: Neue Institutionenökonomik, 2nd ed., Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2007.

Fallon, Daniel: "Die Differenzierung amerikanischer Hochschulen nach Funktion und Bildungsauftrag", in: Breinig, Helmbrecht; Gebhardt, Jürgen; Ostendorf, Berndt (Eds.): Das deutsche und das amerikanische Hochschulsystem, Bildungskonzepte und Wissenschaftspolitik, LIT Verlag, Münster 2001, pp. 87-105.

Frank, Andrea; Hieronimus, Solveigh; Killius, Nelson; Meyer-Guckel, Volker: Rolle und Zukunft privater Hochschulen in Deutschland, Eine Studie in Kooperation mit McKinsey & Company, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, Essen 2010, URL: http://www.stifterverband.info/publikationen_und_podcasts/positionen_dokumentationen/private_hochschulen/rolle_und_zukunft_privater_hochschulen_in_deutschland.pdf.

Gebhardt, Jürgen: "Jenseits von Humboldt – Amerika?", in: Breinig, Helmbrecht; Gebhardt, Jürgen; Ostendorf, Berndt (Eds.): Das deutsche und das amerikanische Hochschulsystem, Bildungskonzepte und Wissenschaftspolitik, LIT Verlag, Münster 2001, pp. 1-22.

Graßl, Hans: Ökonomisierung der Bildungsproduktion, Zu einer Theorie des konservativen Bildungsstaats, Schriftenreihe „Studien zur Politischen Soziologie", Vol. 1, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2008.

Grin, Frangois: „Grundzüge der volkswirtschaftlichen Bildungsökonomie", in: Bank, Volker (Ed.): Vom Wert der Bildung, Bildungsökonomie in wirtschaftspädagogischer Perspektive neu gedacht, Haupt Verlag, Bern 2005, pp. 61-150.

Hradil, Stefan: Die Sozialstruktur Deutschlands im internationalen Vergleich, 2nd ed., VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2006.

Hochschul-Informations-System (Hrsg.): Warum sind die amerikanischen Spitzenuniversitäten so erfolgreich?, Kurzinformation A7/2005, URL: http://www.his.de/pdf/pub_kia/kia200507.pdf.

Klös, Hans-Peter; Plünnecke, Axel: "Bildungsfinanzierung und Bildungsregulierung in Deutschland – eine bildungsökonomische Einordnung", in: Institut der deutschen Wirtschaft Köln (Ed.): Bildungsfinanzierung und Bildungsregulierung in Deutschland, Eine bildungsökonomische Reformagenda, Deutscher Instituts-Verlag GmbH, Köln 2006, pp. 9-30.

Köhler-Cronenberg, Tilo: Das Hochschulwesen der Bundesrepublik Deutschland zwischen Markt und Staat, Eine ordnungstheoretische Analyse der Handlungsmöglichkeiten, Dissertation Universität Leipzig, Engelsdorfer Verlag, Leipzig 2008.

Konegen-Grenier, Christiane: Hochschulen und Wirtschaft, Formen der Kooperation und der Finanzierung, Forschungsberichte aus dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln No. 48, Deutscher Instituts-Verlag GmbH, Köln 2009.

Konegen-Grenier, Christiane; Plünnecke, Axel; Tröger, Michael: Nachfrageorientierte Hochschulfinanzierung, Gutscheine sorgen für Effizienz, Forschungsberichte aus dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln No. 29, Deutscher Instituts-Verlag GmbH, Köln 2007.

Kuhn, Philip: Erwerbslosigkeit steigt unter Akademikern besonders stark an, in: Welt Online, 23.01.2010, URL: http://www.welt.de/die-welt/politik/article5950674/Erwerbslosigkeit-steigt-unter-Akademikern-besonders-stark-an.html.

Lenhardt, Gero: Hochschulen in Deutschland und in den USA, Deutsche Hochschulpolitik in der Isolation, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2005.

Leszczensky, Michael: "Paradigmenwechsel in der Hochschulfinanzierung", in: Bundeszentrale für politische Bildung (Ed.): Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament vom 14.06.2004, B25/2004, pp. 18-25, URL: http://www.bpb.de/files/TN1DGU.pdf.

Martin, Robert E.: The Revenue-To-Cost Spiral in Higher Education, The John William Pope Center for Higher Education Policy, Pope Center Series on Higher Education, New York 2009, URL: http://www.popecenter.org/acrobat/revenue-to-cost-spiral.pdf.

Nagel, Bernhard: Studiengebühren und ihre sozialen Auswirkungen, Eine Analyse von Daten aus den USA, England, Schottland, den Niederlanden, Österreich, Australien und Neuseeland, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2003.

National Center for Education Statistics: Digest of Education Statistics 2009, 2010, URL: http://nces.ed.gov/pubs2010/2010013.pdf.

National Center for Education Statistics: Postsecondary Institutions and the Price of Attendance in the United States: Fall 2009, Degrees and Other Awards Conferred: 2008-09, and 12-Month Enrollment: 2008-09, First Look, 2010, URL: http://nces.ed.gov/pubs2010/2010161.pdf.

National Center for Education Statistics: The Condition of Education 2010, 2010, URL: http://nces.ed.gov/pubs2010/2010028.pdf.

OECD: Education at a Glance 2008, OECD Indicators, 2008, URL: http://www.oecd.org/dataoecd/23/46/41284038.pdf.

OECD: Education at a Glance 2010, OECD Indicators, 2010, URL: http://www.oecd.org/dataoecd/45/39/45926093.pdf.

Pechar, Hans: Bildungsökonomie und Bildungspolitik, Studienreihe Bildungs- und Wissenschaftsmanagement, Band 2, Waxmann Verlag GmbH, Münster 2006.

Rothfuß, Andreas M.: Hochschulen in den USA und in Deutschland, Ein Vergleich aus ökonomischer Sicht, 1st ed., Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 1997.

Statistisches Bundesamt Deutschland: 4,5% der Studierenden an privaten Hochschulen, Pressemitteilung No. 102 vom 15.03.2010, URL: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/2010/03/PD10__102__213,templateId=renderPrint.psml.

Statistisches Bundesamt Deutschland: Bildungsfinanzbericht 2009, Wiesbaden 2009, URL: https://www.ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1024995.

Statistisches Bundesamt Deutschland: Bildung und Kultur, Finanzen der Hochschulen 2008, Fachserie 11 Reihe 4.5, Wiesbaden 2010, URL: https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1025616

Statistisches Bundesamt Deutschland: Bildung und Kultur, Monetäre hochschulstatistische Kennzahlen 2007, Fachserie 11 Reihe 4.3.2, Wiesbaden 2009, URL: https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1024997

Statistisches Bundesamt Deutschland: Hochschulen insgesamt, no year, URL: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/BildungForschungKultur/Hochschulen/Tabellen/Content50/HochschulenHochschularten,templateId=renderPrint.psml.

Statistisches Bundesamt Deutschland: Studierende insgesamt, o. J., URL: http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/BildungForschungKultur/Hochschulen/Tabellen/Content50/StudierendeInsgesamtHochschulart,templateId=renderPrint.psml.

Steiner, Viktor; Schmitz, Sebastian: Hohe Bildungsrenditen durch Vermeidung von Arbeitslosigkeit, in: Wochenbericht des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) Berlin No. 5/2010, URL: http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.346684.de/10-5-1.pdf.

Stern, Andrew: U. S. Colleges punished by financial crisis, in: Reuters, 30.10.2008, URL: http://www.reuters.com/article/idUSTRE49T02E20081030.

Stettes, Oliver: "Bildungsökonomische Grundlagen: Investitionen in Humankapital", in: Institut der deutschen Wirtschaft Köln (Ed.): Bildungsfinanzierung und Bildungsregulierung in Deutschland, Eine bildungsökonomische Reformagenda, Deutscher Instituts-Verlag GmbH, Köln 2006, pp. 31-60.

Timmermann, Dieter: „Bildungsökonomie", in: Tippelt, Rudolf (Ed.): Handbuch Bildungsforschung, VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005, pp. 81-122.

U. S. Bureau of Labor Statistics: Employment Status by Educational Attainment, 2010, URL: http://www.bls.gov/web/empsit/cpseea5.pdf.

van Lith, Ulrich: Marktversagen, Staatliche Bildungsfinanzierung und –produktion und die Verteilung von Verfügungsrechten im Bildungsbereich, no year, URL: http://www.vanlith.de/?Oberkategorie=47&Kategorie=118.

Wiesler, Armin: Reform der Finanzierung der Hochschulbildung, Eine finanzwissenschaftliche Analyse, Dissertation Universität Freiburg i. Brsg., Deutscher Universitäts-Verlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005.

Ziegele, Frank: Budgetierung und Finanzierung in Hochschulen, Studienreihe Bildungs- und Wissenschaftsmanagement, Band 8, Waxmann Verlag GmbH, Münster 2008.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

проф. д-р ЧАВДАР НИКОЛОВ
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

ПЛАВАНЕТО В ПАЗАРНИТЕ ВОДИ ИЗИСКВА СОЛИДЕН НАБОР ОТ СЪВРЕМЕННИ ЗНАНИЯ

SAILING IN MARKET WATERS REQUIRES A SOLID SET OF MODERN KNOWLEDGE

Prof. Dr. CHAVDAR NIKOLOV
SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: In the text of the present paper the world economy has been compared to the surface of the planet Earth. Thus, alike the planet which has some 71% of its total surface covered by waters: oceans, lakes and rivers, and some 29% of dry land, it has been accepted that these two shares of the Earth's surface (the water areas and the dry land) correspond to market and to state regulation and state intervention (i.e. to the overall stabilizing role of the state).
People prefer to live in the comfort of the dry lands with their security and safety, but they could not survive without water as well. It is not by chance that in the science of geopolitics it is stressed on the fact that mainly the so-called "sea nations" appear to be also "trade nations", and these very same nations are the true boosters, the true engines of progress. In these very same nations history really happens and there is and real advancement of civilizations. Sea is a window to discovery, re-discovery and utilization of new worlds and it connects the continents. The costal areas, the costal strips, seen from the inland, may look like as a boundary, however this is illusionary. Seen from the sea, the costal areas are the entrance for the heartland, which in economic point of view is their most important role.
Key words: free market, state regulation, state intervention

Всякакви аналогии са изконно рискови с оглед евентуално превратно, преднамерено или повърхностно тълкуване на фактите и зависимостите. Но често аналогиите, предлагайки нов, неочакван дори за автора ракурс, осветяват неподозирани "тъмни ъгли", изясняват пренебрегвани до този момент аспекти, или като минимум спомагат за по-нагледното обяснение и разбиране на природните и обществени връзки и закони. Дава се простор на фантазията, на асоциативното мислене и по този начин се осигурява възможност за познанието съответно да се задълбочи и разшири.

В настоящия текст ще си позволя да сравня световната икономика с повърхността на нашата планета Земя. Със 71% от общата й площ преобладаваща е водата: реки, езера, морета, океани... Това приемаме, че е пазарът. 29% -ната суша, континентите и островите, са аналог на държавното регулиране, държавната намеса, държавното присъствие, държавната стабилизираща роля.

Хората предпочитат да живеят в уюта на сушата, със сигурност, защитеност и безопасност, но доказано без водата не могат да минат. Неслучайно науката за геополитиката заостря вниманието към факта, че точно "морските нации" се явяват "търговски нации", те са истинските носители, двигателите на прогреса, в тях най-бързо се случва историята и напредва цивилизацията. Морето е прозорец към откриването, преоткриването и усвояването на нови светове, то свързва континентите. То именно позволява достъпност до бреговете на всяка суша. Бреговата ивица може, погледната откъм сушата да изглежда като граница, като предел, но това е по-скоро илюзорно-ефимерно. Откъм морето тя е входът, през който се навлиза далеч навътре в хартланда,

което от икономическа гледна точка се явява най-важно значимото.

Европейската континенална цивилизация е положила много усилия, с годините е набрала опит и е инвестирала достатъчно знания в обуздаването на прищевките, извращенията и крайностите на пазара. Както аналогично са коригирани големите реки, в отделни участъци е удълбочавано дното, премахвани са бързеи и водовъртежи, изправяни са завои, така че коритата им да станат годни за корабоплаване. Както речната вода се използа за водоснабдяване и иригационни цели, за задвижване на електроцентрали и прозводство на ток, а в миналото, преди индустриалната революция, е служила също като двигателна сила на воденици, дъскорезници, тепавици и на други занаятчийски и селскостопански механими. Както са строени диги и бентове за предотвратяване на нежелани наводния, копани са изкуствени канали и са изграждани шлюзове за по-евтини и бързи доставки на стоки. Така и европейският пазар понастоящем е вкаран в някакви "човешки рамки", той, както и реките, служи на обществото. "Пазарна икономика, но не и пазарно общество" бе концепцията лансирана от френския премиер Лионел Жоспен, есенциално илюстрираща цивилизационното европейско разбиране на социалните и икономическите задачи на най-новата епоха и техните приемливи за сегашния ден решения.

Естествено, с човешката намеса в пазарните отношения не бива да се прекалява. Планово тоталитарната система, фундаментално идеологически отрекла пазара, постъпи по безобразен начин и с някои реки. Хищническото използване за "интензифициране" производството на памук, необходимо включително за военни цели, на водите на двете средноазиатски реки Амударя и Сърдаря доведе до почти пълното ликвидиране на прекрасното някога Аралско море и превръщането му днес в хранилище на високотоксични отпадъци.

Но недомислията съвсем не свършиха дотук. Като "спасителен план" през втората половина на XX век бе лансиран прословутият мегаломански проект за обръщане течението на северните сибирски реки. Само разпадането на Съветския съюз и преходът към пазарна икономика предотвратиха вече начертаното и проектирано на картата ново безумно, грубо посегателство над природата с практически непредвидими глобални последици.

Моретата и океаните съставляват по-различен, отделен контекст, в конкретен и метафоричен смисъл. Тук участието на сушата във водата обективно е по-ограничено. Европейските нации слабо могат да влияят върху световния пазар и върху тенденциите на него. Даже на най-голямата икономика в света, на тази на Съединените щати, й е трудно да следва някакви предварително предначертани насоки. В световната търговия и международните финанси достатъчно често, циклично, става дума за обстоятелства и явления, сравними с природните, за размах и въздействие на истински непреодолими сили. За огромни морски вълни, ураганни ветрове, за тайфуни и цунамита.

Човек през годините е извършвал драгажни работи в морските пристанища, отнел е за своите потребности част от морето и е създал суша, свързал е морета и океани посредством Суецкия и Панамския канали, изградил е множество солидни пристанищни стени, начертал е на картата морските пътища, прокарал е презокеански кабели за комуникация... Започнало е усвояването залежите на морския и океански шелф, напоследък стартира също полагането на нефто и газопроводи по дъната на моретата. Но дотам!

Не само "Титаник" е потънал, ежедневно в дълбините на моретата и океаните някъде по света изчезва поне по един кораб. Аварията на петролната

сонда в Мексиканския залив освен непредпазливост илюстрира още и степента на човешката повърхностна неподготвеност за извънредни ситуации. Въпреки съвременната технологична самоувереност се оказа, че методи за запушване на бликащия от дъното нефт трябваше да се разработват "в движение", постфактум. По сходен начин може да се разбира и поредицата от атомни аварии във Фукушима след опустошителното цунами, връхлетяло Япония. Ясно е, че и в двата конкретни случая "сушата" не е взела навременно и достатъчно мерки в океана, не се е застраховала и презастраховала в нужната степен. Независимо, че при природните стихии винаги е налице някаква непредвидимост, човек е длъжен да минимизира риска и да отчита страничните последствия, неотменно съпътстващи действията му. Казаното се асоциира пряко със ситуацията и на световните пазари, особено с тази на фондовите борси.

Случайно или не, и двете горепосочени бедствия съвпаднаха по време с актуалната световна финансово стопанска криза, т.нар. "Голяма рецесия", и така придобиха еднозначно предупредително символично значение. А въпросната глобална криза показателно се разрази, както пише нобелистът Пол Кругман, точно когато всеобщото разпространеното мнение бе, че "тъй като икономистите и политиците са научили своя урок... нищо, подобно на Голямата депресия не може да се случи". Но, както непосредствено по-долу самият Пол Кругман реторично задава въпроса: "Или пък може?"

Вече стана ясно, че е глобалното сътресение е напълно реално и "фактът, че нещо такова може да се случи днес, би трябвало да накара всеки, притежаващ усет за история, да потрепери"[1].

"Истина е, че съпротивата срещу капитализма вече няма живец"[2]. Но човешкото мислене исторически показва обезпокоително махално люшкане по отношение на държавното регулиране на пазарните отношения, на редуващи се проглеждане и слепота спрямо т.нар "пазарни провали". Увлечението най-вече в англосаксонския свят по неолибералните, пазарно фундаменталистки и либертариански идеи и съответният "демонтаж на спасителната техника", на регулациите във финансовата и икономическата сфера, въведени още от президента Рузвелт, доведе в наши дни до неочаквано голяма, глобална катастрофа. Ако се върнем към прецедента "Титаник", непредвидливо, както на борда на презокеанския лайнер, не бяха осигурени достатъчно спасителни лодки, а непроницаемите прегради на кораба бяха изпъстрени с толкова многобройни вратички и люкове, че се оказаха напълно проницаеми за морската вода.

Плаването в бурните финансови океани през последните двадесет и пет години започна да се извършва с набързо проектирани и построени кораби, водени от неподготвени, авантюристично настроени капитани, без професионални лоцмани, с безогледно алчни сбирщини от кол и въже, вместо с адекватно тренирани екипажи. Докато дъната на плавателните съдове пропускаха и трюмовете им се пълнеха с вода, докато се сблъскваха с подводни и надводни рифове, на злощастните, неориентирани пътници, на обикновените граждани им бе демонстрирано компютърното отделение, където на екраните всички графични стрелки абонаментно неизменно сочеха само напред и нагоре.

Естествено, както вече посочихме в текста, световният океан не подлежи на укротяване от страна на човека даже в най-отдалеченото научно фантастично

[1] Вж. П. Кругман "Завръщането на икономиката на депресията и кризата от 2008 г.", Изд. Изток – Запад, София 2009 г., стр. 7

[2] Вж. пак там, стр.18

бъдеще. Но корабоплаването по него днес е нелогично да се базира на техниката, навигацията, начините за оцеляване и спасение, въобще на знанието и манталитетната нагласа от времето на Робинзон Крузо и Адам Смит, колкото и безспорно велик икономист да е последният. Новата световна финансова архитектура, включително европейският "Пакт за стабилност", със сигурност няма да снемат от дневен ред "големите проблеми", няма да отменят стихийните "океански" сериозни симетрични и асиметрични шокове за икономиките на държавите. Но ще ги омекотят значително, ще намалят остротата им, ще ги модифицират към значително по-лесна преодолимост.

"Времето на безотговорност" и лекомислие на сушата по отношение на "морските дейности" безвъзвратно приключи през 2008 година. А отговорният поглед означава и по-далновидна общочовешка визия.

Повсеместната днес "петролна икономика" спонтанно възникна от пазарния световен океан. Тя е силно лобистка, влиятелна, мрежите й са оплели всяка държавна власт по света. Публична тайна е, примерно, че въпросната икономика дългогодишно препятстваше успешната разработка на алтернативни автомобилни двигатели. Нейните представители продължават да твърдят, образно казано, че земята е плоска и движението достатъчно далеко "на изток или на запад" неминуемо ще ни доведе до бездната на края на нашия свят. В резултат понастоящем практически всичко в модерната цивилизация се прави от нефт или е "закачено за нефта", от бензина, дизела и съществена част от електричеството, от домашните и офисните мебели, през облеклото, та чак до настилката на улиците и магистралите.

Президентът Обама със своя двадесет и пет годишен план за 80%-но преминаване в САЩ към възобновяеми енергийни източници до 2035 година показва дръзновение, сравнимо с това на големи мореплаватели като Колумб и Магелан.

Каква геополитическа и технологична карта на света би начертал пробив от подобен род подлежи засега само на гадания. Може обаче определено да се твърди, че през следващите десетилетия на човечеството многоаспектно му предстои откриването на нови земи и ресурси, съответно, помним от усвояването на Америка, прилив на богатства и увеличаване на благосъстоянието, икономически подем, заселване на нови физически и духовни територии, развитие на нов бизнес, откриване на неоткрити иновативни стопански пространства...

Бъдещата, небазирана на нефт икономика съществено би разместила днешните икономически приоритети, потоци и баланси. Полезно би било и нестабилното българско корабче овреме да заплува в тази, все по-проясняваща се световна посока. Но за въпросната цел са необходими инвестиции в наука и образование, заедно с разумно държавно регулиране, а не необосновани икономии, вчерашно либертарианство и фискална фиксация точно през дънните, стагнационните фази на кризисното развитие. Написаното от Кругман: " С други думи, рецесиите могат да бъдат избегнати, просто печатайки пари и понякога (обикновено) се коригират учудващо лесно", както и " Но също така си остава истина твърдението, че строга фискална политика плюс свръхнадценена валута генерират рецесии."[1] означават за българските условия, тези на диктуваната от предвидливостта на разума неприкосновеност на валутния борд, своевременно няколкогодишно поред вкарване на ликвидност в нашата икономика под формата на външни заеми, на първо време на сума от около 3 милиарда евро. Отливът на чуждестранни инвестиции и на други

[1] Вж. пак там, стр. 23 и 118

заемни активи от банковия и небанковия сектор у нас антициклично следва да бъде компенсиран с прилив на средства, които трябва да бъдат осигурени по държавен път.

По линия на историческите аналогии визираната по-горе инициатива на Обама, естествено ни препраща също към Атлантическата харта, подписана от Рузвелт и Чърчил на линеен кораб край Нюфаундленд през 1941 година, сложила началото на края на колониалното разделение на света и отворила вратите за свободния глобален пазар. Неслучайно, впрочем, съдържанието на въпросния документ включва и "възстановяването на суверенните права на народите". Забележете, не на правата на неблагоразумните банкери, не на тези на недалновидните предприемачи и спекуланти, не на империализма в разнообразните му форми, а истински по демократичному – на правата на хората. Което, да отидем още по-назад, от своя страна е своеобразен приемствен отглас на визионерски лансираното още от президента Удроу Уилсън "самоопределение", от чието пренебрегване България е сред най-пострадалите във Версай. И модерната "суша", и модерният "океан" днес би трябвало да се върнат към посочените, доказали се като непреходни, базови многократно премислени и изстрадани духовни човешки и държавнически ценности.

На широката българска публика не е известно, че сред най-обидните епитети, които дясноконсервативните среди в Щатите отправят към президента Обама на челно място фигурират "европеец" и "социалист"? Възгледите и изявленията на американския държавен ръководител напоследък сложиха пръст в още една открита рана на световната икономика – перманентната, узаконената един вид, спекула с цените на основните горива и суровини.

Позабравено през последните десетилетия, но неотменимо правило е, че пазарите, които не са конкурентни, задължително подлежат на регулиране. Явно е, че не само ние, българите, страдаме от произвола по бензиностанциите, поставящ икономически прегради по "пътя ни към морето". А след като е така, значи все пак се е появила, в мрака е замъждукал може би маякът на някаква крехка надежда. След бури, безветрия, мъчителни лишения и болести на океанския хоризонт като че ли най-сетне се привижда ивица земя. И дано това да не се окаже пореден мираж в многолетната човешка история.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

доц. д-р ВАСИЛ СИВОВ
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА НА СВЕТОВНАТА КРИЗА ЗА СЪВРЕМЕННОТО МАКРОИКОНОМИЧЕСКО РЕГУЛИРАНЕ

CHALLENGES OF THE WORLD CRISIS FOR THE PRESENT MACROECONOMIC REGULATION

Associate Prof. Dr. VASSIL SIVOV
SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Much current thinking about reform of financial regulation has centred on proposals to place macroeconomics at the heart of the regulatory process. The article examines the legislative and regulatory changes which would be needed to introduce macroeconomic regulation into the existing regulatory framework - in particular, which institutions would need to be given which responsibilities, and how regulatory powers and supervisory policies would have to change if a macroeconomic remit were to be added to the functions of the national regulators or the international bodies. The current proposals for the formation of international macroeconomic bodies, both at EU and at a global level, fall some way short of the establishment of international regulatory bodies. The article considers what the proposals, if carried through, could achieve, and conclude that empowered macroeconomic regulation, if it is to be conducted at all, will have to be conducted at the international level.
Key words: macroprudential policy, financial regulation, international institutions.

Натрупаните през последните години диспропорции в световната икономика, неспособността на институционалната сфера да ги контролира и регулира, изострянето на конкуренцията и повишаващата се взаимна зависимост на страните вследствие ускоряващата се глобализация създадоха условията за възникване на най-новата всеобхватна икономическа и финансова криза. За предстоящото й настъпване предупреждаваха най-известните авторитети на икономическата наука. В свое изследване нобелистът Кругман констатира: „Не подлежи на съмнение, че това е най-острата финансова и икономическа криза и рецесия след Великата депресия. Много от нас предвидиха нейното начало, а сега всички я усетиха."(1)

Най-жестоките поражения се проявиха на валутните и фондови пазари, в банковия и застрахователен сектор на икономиката. В резултат най-големите финансови институции в САЩ като инвестиционната банка Lehman Brothers претърпяха абсолютен крах. На границата на банкрута се оказаха ипотечните компании Fannie Mae и Freddie Mac, най-голямата застрахователна компания AIG. Големите европейски банки се сблъскаха със съдбоносни проблеми за оцеляването си.

Опити за нов модел на икономическо регулиране

Независимо от сложността на ситуацията монетарните власти на всички развити и повечето развиващи се страни успяха оперативно да предприемат редица срочни мерки за смекчаване на последствията от кризата. Усилията бяха насочени към мащабна подкрепа на банковия сектор на основата на неговата рекапитализация, рефинансирането му с цел осигуряване на ликвидност, стимулирането на потребителското търсене и подкрепата на реалния сектор на икономиката. Реализацията на антикризисни мерки, в частност вливането на значителни средства във финансовия и банков

сектор позволиха да се предотврати най-разрушителния сценарий за развитие на събитията. Същевременно стана очевидно, че е необходимо да се отстранят определящите най-съществени причини за възникването й. След дискусиите на срещите на Г20 в Лондон и Питсбург през 2009 г. беше прието Рамково споразумение за постъпателен устойчив и балансиран растеж и бяха формулирани основните направления за промени в регулирането на световната икономика. Ожесточени дебати по тези въпроси се разгърнаха на Световния икономически форум в Давос през периода 2009-2011 г. С решителна воля за промяна и програми излязоха пред световната общественост лидерите на водещите страни – президентите на САЩ и Франция Обама и Саркози и канцлерът на Германия Ангела Меркел. Обобщавайки техните предложения на този етап могат да бъдат обособени няколко главни направления в оформящия се нов модел на регулиране на световната икономика:

1. *Кризите могат да бъдат прогнозирани и предотвратявани с помощта на антицикличното регулиране.* Такава концепция бе принципно одобрена на срещата на лидерите на Г20 в Лондон и бе доразвита в приетото Рамково споразумение. В него бе поставена задачата да се разработи нов икономически модел за развитите и развиващи се страни без резки „бумове" и спадове, с пазари, налагащи отговорност на своите участници.

За необходимостта да се прогнозира възникването на кризи отдавна настояват икономисти и политици. В тази област бяха предприети определени стъпки, учредени бяха специални институции като Форума за финансова стабилност. В Питсбург бе решено да се създаде ефективна система за прогнозиране на икономическите кризи и да се формира нов Съвет за финансова стабилност, в който да бъдат включени представители на страните от Г20, Форума и Европейската комисия. Целта на тази институция бе формулирана от премиера на Великобритания Гордън Браун: „Да се измени регулиращата система по начин, който да позволи на финансовите власти да идентифицират и предприемат действия по предотвратяване на рискове. Съветът трябва да подобри регулирането и контрола на всички системоопределящи финансови институции, механизми и пазари."(2)

Правителствените изявления и приети решения свидетелстват за началото на демонтажа на господстващия през последните десетилетия макроикономически модел, основан на вярата в саморегулирането и високата ефективност на чисто пазарните механизми. Но новата макроикономическа политика все още е в процес на формиране, не са определени границите за разширяване пълномощията на държавата и практическото приложение на макроикономическото прогнозиране. Заявените цели налагат определена трансформация на регулирането и свързаните с тях институции, формирането на съответните инструменти и процедури.

Досегашният опит показва, че е практически невъзможно да се преодолеят отрицателните последствия свързани с цикличността на икономическото развитие поради естествените диспропорции, формиращи се на всеки пазар – между търсене и предлагане, равнище на потребление и спестявания и др. В определена степен тези диспропорции са вътрешно присъщи на пазарната икономика. Тяхната проява заставя участниците в пазара да преразгледат стратегията и тактиката на водене на бизнес, предизвиква отраслови и регионални преливания на капитали, съдейства за повишаване на ефективността на производството. Но в процеса на прехода към постиндустриално информационно общество държавата в

националната икономика и международните институции в световен мащаб поемат все по-значителни функции по управление на пазарните процеси. Прогнозирането на формиращи се диспропорции придобива нарастващо значение, за да се предотврати разрушителното им натрупване, да се насочи развитието на тези процеси към решаване на пазарните противоречия. Неизбежен става преходът към антициклично регулиране, за да бъдат отслабени и смекчени социално-икономическите последствия от преструктурирането на икономиката към ново качествено равнище. (3)

Усъвършенстването на методите на макроикономически анализи и прогнози и приемането на своевременни коригиращи мерки позволява да не се допуска в бъдеще такава мащабност и разрушителност на кризите, резки спадове, следващи след периоди на неоправдано бурен растеж. Първостепенно значение придобива прогнозирането на ситуацията в банковия сектор, доколкото натрупаните огромни кредитни рискове продължават да застрашават неговата стабилност. Регулиращите органи на редица страни практикуват стресово тестиране на националните банкови системи. Наред с това целесъобразна е своевременната разработка на пакет от мерки по рекапитализация на банките, приемане на решения на проблемите с „токсичните" активи, на произтичащите от тях промени в законодателството, нормативните регулиращи документи, създаването при необходимост на съответните институции по изкупуване на лошите дългове, мобилизиране на изискваните финансови и кредитни ресурси.

2. *Усилване на ролята и отговорността на МВФ и другите международни финансови институции при прогнозирането и предотвратяването на кризи.* Едно от основните направления на антикризисната политика е реформирането на статута, целите и механизмите на управление на МВФ. В съответствие с приетите решения той трябва да играе решаваща роля за осигуряване на глобалната финансова стабилност и балансирания растеж. Постигнато е съгласие за реформиране на механизма на кредитиране и създаването на новаторски кредитни линии. Предвижда се преразпределение на квотите в полза на страните с формиращи се пазарни икономики и развиващите се страни.(4)

На поредната сесия на ръководните органи на МВФ и Световната банка през април 2011 г. основополагащите принципи на западната икономика бяха обявени за нежизнеспособни и опасни. Стремежът на всяка страна да достигне нисък бюджетен дефицит, бурен икономически растеж и свободен не подлежащ на контрол финансов пазар според заключенията на експертите доведе до неизбежност на икономическата криза. Изпълнителният директор на МВФ категорично заяви, че „…Вашингтонският консенсус с неговите опростени представи и рецепти рухна по време на кризата на световната икономика. За преодоляването на установилата се неопределеност на света са необходими нови подходи и принципи на икономическата и социална политика във всяка страна и на международната арена като цяло. В конструирането на новата макроикономическа система движението на махалото сега е от пазара към държавата …"[1] Призивите на МВФ са да се създаде глобална икономика с по-малко рискове и непредсказуемост, с междудържавно регулиране и по-справедливо разпределение на доходите и благата. (5)

Налага се необходимостта от усъвършенстване на прогнозирането и антицикличното регулиране на

[1] Изявлението на Доминик Строс Кан даде повод за своеобразен реванш на официалната пропаганда с последвалия шумен секскандал.

международно равнище. Досега международните финансови институции представяха разгърнати аналитични отчети и прогнози за развитие на световната икономика. МВФ изпълнява ролята на международен кредитор, но все още не може да осъществи антициклично регулиране в световната икономика. За поемането на подобни функции е необходимо делегирането на пълномощия от националните регулаторни органи.

3. *Осигуряването на равновесие между микро- и макропруденциално регулиране.* В банковия и финансов сектор системата за ограничаване на кредитните, пазарни и финансови рискове може успешно да се приложи в антицикличното регулиране посредством коригиране на коефициентите на концентрация на кредитни рискове по отношение на заемополучателите. Особено важно е да се включат в системата на регулиране нови финансови и кредитни инструменти, оперативно да се определят техните лимити и да се коригират в съответствие с целите на макроикономическото регулиране.(6)

4. *Усъвършенстване на регулирането, функционирането и прозрачността на финансовите, суровинни и енергийни пазари.* Тяхната стабилност и предсказуемост имат ключово значение за осигуряване на устойчив икономически растеж. През последните години динамиката на цените на тези пазари бе особено висока до голяма степен в резултат на спекулативни операции. По данни на Комисията за търговия със стокови фючърси CFTC 70% от обема на търговете с нефт марка Texas Sweet на Ню Йоркската стоково-суровинна борса са спекулативни.(7) Решаването на този проблем е възможно само като се усили регулирането от страна на борсовите институции и се ограничат спекулативните операции на финансовите.

5. *Обвързване на финансовите резултати и рискове на банковите и финансови институции с бонусите от мениджмънта.* На национално и международно равнище се предвижда приемането на комплекс от мерки по установяване на по-строги правила и методи за управление на рисковете във финансовите институции, включващи установяването на пропорционални възнаграждения на мениджърите в зависимост от дългосрочните резултати на тяхната дейност. Сред предлаганите мерки са отказ от практиката на дългосрочно гарантирани бонуси, препоръчително изплащане на възнаграждения във форма на акции и аналогични финансови инструменти, осигуряване на прозрачност при изплащането на бонуси, ограничаване на техния размер чрез определяне на дял в дохода. Надзорните органи трябва да анализират политиката на изплащане на възнаграждения от гледна точка на възникващите рискове и при необходимост да коригират ситуацията като повишават изискванията към капитала. В случай на влошаване на финансовото състояние на банките те трябва да имат възможност да променят механизма на изплащане на бонуси. Практически стъпки в това отношение вече са предприети в САЩ, Великобритания и Франция.

6. *Съблюдаване от националните органи на приетите нови международни стандарти в сферата на регулирането, надзора и търговията.* Тази мярка ще позволи да се осигури равенство в „правилата на играта” за всички участници. Приоритетът на международните стандарт ще възпрепятства раздробяването на пазарите и появата на свръхпротекционистични мерки в търговията на отделни страни.

7. *Стимулиране на рекапитализацията на банките.* Капиталът следва да се увеличава преди всичко за сметка на рекапитализация на преобладаващата част от печалбата и

ръста на резервите. Подобни мерки не само ще укрепят устойчивостта на банковия сектор, но и ще разширят неговите възможности за кредитиране на икономиката. Механизмът за формиране на резервите трябва да бъде включен в системата на антициклично регулиране.

Увеличаването на банковия капитал и повишаването на неговото качество е ключов елемент в осигуряването на устойчив икономически растеж. От 2012 г. се установяват повишени изисквания за формиране на антицикличен буферен капитал и специален контрол на операциите с потенциално опасни финансови инструменти. До края на 2011 г. се извършва повсеместно въвеждане в банковата практика на основните условия от споразумението Базел II.

8. По-нататъшно усъвършенстване на регулирането на пазара на ценни книжа и производните срочни инструменти. Проблемът с безконтролната емисия на ценни книжа, в т.ч. на осигурените с активи и на производни срочни инструменти през последните години се изостри и стана една от основните причини за кризата. Обемът на международните ценни книжа на световния пазар се увеличи от 13271 млрд. дол. през 2003 г. До 22732 млрд. дол. през 2008 г. или 1,7 пъти. Още по-бързо нараства обемът на емитираните производни финансови инструменти – деривати – от 2006 до 2008 г. номиналната им сума се увеличава от 370 трлн. до 684 трлн. дол. или почти 1,9 пъти.(8) Сега регулирането на тези финансови деривати се усилва. Не по-късно от края на 2012 г. всички стандартни контракти за производни ценни книжа, продавани на извънборсовите пазари, ще трябва да циркулират на борсите или на електронните търговски платформи и да се погасяват чрез централните контрагенти, като за тях се информират търговските депозитари. За контракти, които не се погасяват на централизирано равнище, се предявяват по-строги изисквания по отношение на капиталовата наличност.

9. Усилване на регулирането на системно значими трансгранични финансови институции. Те трябва да са разработили и приели съответстващи на международните норми планове за действие в стресови ситуации, а от органите за надзор се изисква да притежават ефективна система за обмен на информация. При това е необходимо на национално равнище да се разработят и на международно да се координират нормативни документи и процедури, както и да се създадат експертни екипи за решаване на кризисни проблеми в тези институции. В резултат, регулиращите органи по думите на бившия британски финансов министър А. Дарлинг „...да получат власт, която ще им позволи да изпълняват ефективно своите функции. Макар и със закъснение следва да се извлекат уроци от финансовата криза, по време на която банкерите действаха като камикадзе, а регулиращите органи не можеха да се справят със своите задължения....“(9) За решаването на тази задача се налагаше създаването на нови институции за трансгранично регулиране или отдаването на пълномощия на вече действащите като Банката за международни разплащания.

10. Реформиране на институциите, призвани да решат проблема за информационната асиметрия в икономиката и повишаването на качеството на финансовата отчетност. В хода на кризата такива институции, на първо място рейтинговите агенции се намираха под огъня на критиката. Неадекватността на техните оценки за редица финансови инструменти, свързани преди всичко с ипотечното кредитиране, от една страна, и установените практики за автоматичното им приемане от икономическите субекти, от друга, доведоха до огромни загуби от операциите с активи, които се считаха за високо надеждни. САЩ и ЕС се опитаха

да подобрят регулирането на дейността на подобни структури. Това повишава вероятността от усилване на регулирането и на другите институции, свързани с решаването на проблемите на информационната асиметрия – кредитни агенции, одиторски компании. Получават по-нататъшно развитие и международните стандарти за финансовата отчетност и се засилва регулирането на офшорните зони.

Инициативи за реформи в регулирането на водещите държави

Освен мерките съгласувани на срещите на ръководителите на страните от Г20, собствени инициативи за реформи в регулирането предприемат и отделни държави. Така в съответствие с плана на президента на САЩ Б. Обама Федералният резерв ще получи право на надзор не само на търговските банки, но и над най-големите финансови компании. Хеджфондовете подлежат на държавна регистрация и тяхната дейност също ще се регулира. Въвеждат се ограничения за спекулативните операции на банките, преди всичко на тези с ценни книжа на тяхно име, т.е. в значителна степен се връща разделението на банкова и инвестиционна дейност, въведено след Великата депресия от 1929-1933 г.

Поставено е началото на установяване на пределна величина на банковите активи, като се пристъпва към разделяне на финансовите гиганти. Тази мярка позволява да се изключат ситуациите, при които големите банки могат да провеждат високорискови операции, доколкото по силата на заетите позиции в банковата система те разчитат на автоматична помощ от държавата в случай на финансови затруднения. Създаването на Съвет за надзор на пазара на финансови услуги като мегарегулатор на останалите с ключова роля на Федералния резерв позволява да се преодолее фрагментирането на системата за регулиране на финансовия сектор. В обхвата на новата структура попадат всички субекти и инструменти на финансовия пазар на САЩ.

Програмата на Обама за реформа в регулирането получи поддръжката на много политици и администратори. Президентът на Франция Саркози заяви на Световния икономически форум в Давос: „Ако не изменим банковото законодателство, ще продължим да създаваме непоносими за икономиката рискове и да съдействаме за спекулациите.“(10) Ръководителят на Европейската централна банка Ж. К. Трише също отбеляза, че“...тази реформа върви в едно направление с нашата собствена позиция, а именно да се осигури ориентацията на банковия сектор към финансиране на реалната икономика...“(11)

В същото време много банкери обръщат внимание на възникващите рискове при реализацията на тази програма. Особено много критики по нейн адрес прозвучаха на Световния икономически форум в Давос. Ръководителят на Дойче банк Й. Акерман направи демонстративно изявление, че „...ако всяка държава приеме собствени регламенти, това само ще усложни надзора върху финансовия сектор като цяло и за това е необходим координиран подход на международно равнище. В противен случай значителна част от бизнеса отива в нерегулируемите сегменти.“(12) От своя страна управителят на британската банка Barclays P. Даймънд призова политиците да се откажат от мерки, оставащи само в националните граници. „Изолираните действия в САЩ и Великобритания се оказват далеч по-неефективни в сравнение с възможностите, които могат да бъдат достигнати в рамките на финансовото регулиране на Г20.”(13)

Като цяло в днешно време се очертават контурите на новия модел на регулиране, предназначен да ограничи крайно рисковите и спекулативни операции и да осигури изпълнението от банките на техните традиционни функции по акумулиране на спестявания

и кредитиране на икономиката. Все още остават много неясни въпроси, засягащи на първо място международната координация на реформите по регулиране и създаването на съответните институции на национално и международно равнище. Освен това, както показват последните събития, е много силна съпротивата срещу тези планове от страна на най-мощните банкови и финансови кръгове. В резултат реформите в регулирането на икономиката, особено на финансовия и банков сектор по силата на обективни причини са неизбежни, но техният обхват и срокове на реализация ще се определят от изхода на противоборството на управляващи и опозиционни политически сили.

Цитирана литература:

1. P. Krugman a.o. The Crisis and how to deal with it. The New York Review of Books 2009. Vol. 56, No 10.
2. Gordon Brown. Beyond the Crash. SIMON & SCHUSTER, London 2010.
3. From Crisis to Confidence: Plan for Sound Banking. Policy White Paper. Conservatives, London, July 2009.
4. José Vinãls, Jonathan Fiechter a.o. The Making of Good Supervision: Learning to Say "No".IMF Publications May 18, 2010.
5. Строс-Кан: Старата схема на глобализацията отваря пропаст между бедни и богати. Гласове, 05.04.2011 г.; Строс Кан: Кризата показа - нужна е държавна намеса. Стандарт, 05 април 2011; IMF Managing Director Dominique Strauss-Kahn Calls for New Global Approaches to Post-Crisis World. The Hive Daily, Apr. 8, 2011.
6. Централните банки: Повече власт, повече отговорности. Investor.bg, Анализи, 22.02.2011.
7. Robin Harding and Telis Demos. CFTC to Investigate Oil Price Manipulation. Financial Times, April 22, 2011.
8. Global Financial Stability Report. IMF Oct. 2009.
9. U.K. Plan Toughens Regulation of Banks. The Wall Street Journal/Europe Business July 9, 2009.
10. At Davos, Sarkozy Calls for Global Finance Rules. The New York Times/Global Business January 27, 2010.
11. U.S. deficit: Jean-Claude Trichet more confident that the IMF. Economic News Paper, April 25, 2011.
12. DAVOS: Deutsche Bank's Ackermann: Euro Isn't In Jeopardy.The Wall Street Journal Jan. 28, 2011.
13. Davos 2010: Barclays' Bob Diamond attacks Obama's banking plans. Guardian 27 January 2010.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

гл. ас. д-р АНТОН МАРИНОВ
АКАДЕМИЯ НА МВР – СОФИЯ, БЪЛГАРИЯ

АНАЛИЗ НА ФИНАНСОВО-ИКОНОМИЧЕСКАТА КРИЗА В БЪЛГАРИЯ

ANALYSIS OF THE FINANCIAL-ECONOMICAL CRISES IN BULGARIA – PROBLEMS AND PROSPECTS

Chief Assistant Prof. Dr. ANTON MARINOV
ACADEMY OF THE MINISTRY OF THE INTERIOR – SOFIA, BULGARIA

Abstract: Bulgarian economics got in recession in 2009. The decrease in the demanding lead to firms' bankruptcies, which caused a great amount of unemployment and even greater decrease in demanding. The recession in Bulgaria is expected to continue during the whole year of 2010.
The policy and the measures taken to the present moment, in order to control the recession and its consequences, does not give result, so they need to be reconsidered and corrected.
The aim of this study is to examine the problems of the Bulgarian economics, which derived from the financial-economical crises and prospects of dealing with them.
Object of this study is Bulgarian economics' development for the period 2008-2010.
Methods used in the present study are: systematic approach, documents research; observation, collecting, processing and analyzing data; systematic, comparative and logical analysis and others.
Key words: economics, policy, measures, economic security, international financial-economical crises.

Introduction

Bulgarian economy entered recession in 2009. Reduction in demand led to a number of business bankruptcies, which on the one hand caused significant unemployment and on the other, even greater drop in demand. It is expected recession in Bulgaria to continue during the rest of 2010.

Bulgaria is at risk due to crisis consequences in several aspects: running account deficit, fixed exchange rate, and inflation. There is an appalling budget issue that is being worsened by the ongoing crisis by the day. Fiscal reserve at the end of June 2010 has been diminished to about BGN 6 billion1 while it is expected to melt to about BGN 4.5 billion, the sanitary minimum being BGN 4.0 billion.

The economic (business) policy that has been conducted so far has failed to achieve the cherished results for overcoming the crisis, which enforces its reconsideration and reapplication.

The **aim** of this paper is to explore Bulgarian economy's issues due to the financial-economic crisis and the possible prospects for a positive outcome.

The **target** of the current paper will be Bulgarian economy for the 2008-2010 time period.

The **methods** that have been applied in this article are systematic approach, document research; observations, accumulation, processing and data analyses; systematic, comparative and logical analyses, etc.

Bulgarian Economy Analysis

The classical model of Bulgarian recession can be represented by a continuous sales drop as well as delayed payments to businesses, which invoke significant issues related to meeting one's own expenditure including payments due to suppliers. They (suppliers) delay their payments too, and this is how the vicious circle is completed. Companies start laying off employees due to decreased revenue, which leads to shrinking of demand due to lack of income, which leads to another

1 Ministry of Finance Data as of 30.06.2010, http://www.minfin.bg/.

market drop and cuts companies' revenue even further.

During 2009 Bulgarian economy dropped 5 % (for the first time in eleven years in a row), and it marked a 3.6% drop for the first quarter of 2010 on an annual basis. Despite gruesome Bulgarian GDP data until recently it is expected for it to rise up to 0.2 % for 2010 on an annual basis.1

Imports for the first two months have declined to 15 % compared to the same period in 2009.2 In January and February 12.7% less import duty, excise, and VAT money has entered the treasury or BGN 133.5 million less than the same last year period.

For the recent years the redistributing role of the state has grown as budget expenses increased to 37.9 % of the GDP in 2008 to 39.5 % in 2009 and 42.3 % in 2010. The budget deficit has grown accordingly hitting as high as 3.7 % of the GDP for 2009 at a maximum EU allowed value of 3 %. At the end of the first half of 2010 the budget deficit amounts to 2.3 % of the GDP by Ministry of Finance data and is expected to hit about 4 % of the GDP by the end of 2010 as estimated by Standard and Powers3 and about 4.8 according to KNSB estimates4. Despite discouraging data on this index, Bulgaria ranks fifth among the countries with lowest deficit in the EU.

The 2010 current account deficit prognosis predicts a decline from 9.6 % of the GDP in 20095 to 5.5% of the GDP in 2010 and according to Standard and Powers it could drop to as low as 2 % of the GDP6.

2010 inflation rate is expected to maintain a moderate level of 2.2 %7 having reached 2.4 % on an annual basis.

The economic policy regarding social and health insurance in times of crisis is full of paradoxes. Mandatory insurance8 rates' absolute amount has been hiked despite a decline in the corresponding (relative) percentile?!

The number of persons employed above the age of 15 is 3,072 thousand for the second quarter of 2010, which is a drop of 228 thousand compared to the same period in 2009.

The highest unemployment growth was observed in November and December in 2009 and in January 2010. In February 2010 unemployment dropped slightly to reach 10.26 % or a 0.36 % less than January9 but compared to the 2009 levels it is by 3 percentage points higher. The unemployed number 342,200 for the second quarter of this year and the unemployment coefficient is 10 percent. Compared to the same quarter of 2009 the unemployed figure rose with 119,600, and the unemployment coefficient – with 3.7 points considering that a significant portion of the employed have not even filed for unemployment benefits.

According to KNSB data one of the reasons for the high unemployment is the delayed payments to businesses, which has led to the loss of 250,000 jobs, and the Bulgarian Industrial Association's unemployment percentage prognosis for the end of 2010 amounts to 20 %. Unemployment gruesome prediction has been materialized through the number of businesses' bankruptcies – as little as 0.9 % in 2009 according to official statistics but if we add the ones that had "disappeared"

1 IMF data, http://www.imf.org/external/country/bgr.

2 Ministry of Finance Data as of 07.03.2010 г., http://www.minfin.bg/

3 Vesti Electronic Magazine data, http://www.vesti.bg/

4 Confederation of the Independent Trade Unions in Bulgaria (KNSB) data, http://www.knsb-bg.org/

5 Ministry of Finance data, http://www.minfin.bg/.

6 Vesti Electronic Magazine data, http://www.vesti.bg/

7 NSI data. Annual inflation for the February 2009 - January 2010 period compared to the February 2008 - January 2009 period is 2.2%, and 2.4% as of July of the same year, http://www.nsi.bg/

8 Social Security Code, Health Insurance Act, Budget and Governmental Public Insurance Act, updated as of 01.01.2010

9 Employment Agency data, http://www.az.government.bg/.

(the ones not functioning that is), then their percentage points hit 17 percent, the number of non-financial businesses being 276,715 according to NIS1.

If we summarize the data up to this point these will lead us to the conclusion that market is shrinking, profits drop, expenditure is due for optimization.

The situation seems clear, however the most important factor is missing – debts including the increased share of inter company indebtedness and the rise of bad credit.

Bulgarian GDP as of February 2010 was € 37.011 billion2, of which € 4.240 billion is publicly secured and € 32.770 billion is privately secured. As of February 2010 the government secured debt share to GDP amounts 12.3 % and as of July 2010 it has risen to 14.8 % of the GDP but is still among the lowest in the EU – second low after Estonia's 9.9 %.

A great deal of Bulgaria's deficit arises from banks (85 % foreign ownership). In 2009 bankers' debt reached € 8.4 billion (about ¼ of the GDP). If foreign bankers cease to finance their Bulgarian branches, the Bulgarian banking system will collapse.

The main challenge Bulgarian banks face is the absorption of growing bad credits. Officially bad credit reached 3.2 % at the end of 2008 and the 2009 prognosis predicted 8 – 9 %3. The BNB statistics for 2010 shows clearly that bad credit has risen to about BGN 5.7 billion for a year as of May 31st 2010 compared to BGN 1.8 billion a year ago, i.e. it has tripled and represents 1/6 of banks' financing. The greatest share of problematic credits belongs to consumer financing – 15.6 %, followed by business – 14.8 %, etc. The last few months however mark an increase of the problematic mortgage financing, which has been in good shape until recently. That share has risen to 13.2 % and a year ago it was barely 3 %.

IMF prognosis is that bad crediting in Bulgaria will hit a level of 10.5 % of all crediting, BNB figures showing 10 %.

The greatest problem of domestic economy remains the inter company indebtedness. In 2007 it amounted to BGN 122 billion and in 2008 – BGN 160 billion, and at the end of 2009 it reached BGN 200 billion figure, i.e. if one BGN per GDP equaled to BGN 1.42 debt, in 2008 it was BGN 2.40, and in 2009 – BGN 3.084. In 2010 private credit registers approximate companies' debt to be within the BGN 120 and 220 billion margin. These figures seem quite contradictory and we have to wait for NIS data that will be announced in the autumn of 2010. The bigger concern here is that companies' share of payments long due has increased dramatically.

The latest figures show this share to have been 57 % in 2009, i.e. every third company, and this year's percentage has reached 62 %. This directly impacts business activities and due to uncollected money firms go even deeper into debt.

Despite huge issues with debt in Bulgaria in July 2010 Standard and Powers confirmed Bulgaria's credit rating to be "BBB stable"5. Another international rating agency, Fitch Ratings Ltd.6 has reconfirmed Bulgaria's credit rating – long term "BBB", short term foreign currency "F3" and local currency long term "BBB". Perspectives regarding long teem credit tend to be far from positive but an eventual return of stable growth and reducing risk from outside shocks could lead to a positive outcome.

Macroeconomic analysis for the 2009-2010 period highlights a contradictory situation – there are positive symptoms emerging concerning actual business on the one hand, and budget worsening on the other. The 2011 prognosis is that deficit will drop under 3 % of the GDP.

1 NSI website, http://www.nsi.bg/
2 BNB data, http://www.bnb.bg
3 BNB website data, http://www.bnb.bg/
4 BIA data and information.
5 Standard and Powers data, http://www.standardandpoors.com/
6 Fitch Ratings Ltd. Data, http://www.fitchratings.com/

Despite steady governmental finances, the huge private sector debt jeopardizes the country's financial stability. Low inflation helps keeping actual income but shrunk consumption shows that households restrain from consuming due to uncertain future prospects and expected unemployment rise and shrunk consumption leads to decreased budget.

The above analysis of the state of Bulgarian economy and the accompanying issues for the period 2009-2010 urges me to suggest a few possible solutions (steps) for coping with those issues and outlining a short-term perspective for development.

Steps

In times of economic crisis a traditional recommendation would be government's interference to stimulate domestic economy. A possible step in this direction would be an increase of budget spending on infrastructural projects or job-generating businesses.

Preparing an adequate strategy corresponding to the actual state of things will guarantee a successful economic policy of our country during economic crisis.

That strategy will be successful if it focuses on:

- Stepping up administrative reform would result in a cheaper and more effective management that would achieve a more rational budget spending. Governmental administration and management authorities are extremely inflated and do not correspond to actual demand. I am not recommending an all-out cuts for cuts' sake but only after a careful assessment of the effectiveness of every position, however it is an undeniable fact that administration has grown dramatically during recent years.
- Besides carrying out the administrative reform it is imperative to complete the structural reforms in the health, retirement, and educational sectors1 in order to prevent EU Commission sanctions.
- Health reform needs to improve effectiveness and quality in the health care system as well as to create informational systems at the Ministry of Health and the National Health Insurance Fund for a better money management. One of the huge NHIF issues is the failure to collect mandatory health insurance, which a great deal of the population (around 1.2 million) refuses to pay or underpays and this leads to almost a BGN billion annual deficit.
- Retirement reform is imperative since retirement money is always short despite the steps that have been made. The reasons for that lie in the inherited social insurance system, the demographic crisis, and the global financial-economic crisis. When faced with the alternative to either increase retirement age or retirement payments perhaps one would rather choose higher retirement payments, otherwise if retirement age is increased at an average life expectancy of 69 years for men and 74 years for women in Bulgaria, who will actually be able to enjoy retirement at all?! One should consider as well the second and third stages of retirement plans (if they work) for the people born after 1960. If the actual work time is increased and retirement age is kept at the current figure, the persons who graduate from colleges and universities will not be able to retire.
- Education reform cannot wait either. It is true that Bulgaria's population is declining, which enforces closing out and restructuring secondary and higher education schools and universities via budget financing. There are 52 higher education schools in Bulgaria at a population of 7.6 million that tends to decrease. Domestic higher education lacks

1 „The European Commission opens a procedure against us because of lack of reforms and lack of will for reforms. Important public systems have been singled out - health, administrative, retirement, and the educational systems, as well as reforms to improve the effectiveness of spending and budget management. The EC supports the reforms in the judicial system and police", "Where an impulse for reform is being observed", Commentary of Georgi Angelov, Open Society Institute in "Trud" newspaper, July 2010.

the potential to offer the competitiveness and adaptability of its alumni to meet the business needs of contemporary developed society. Higher education institutions that suck money out of the budget is highly unbalanced to actual national demand, which imposes closures and/or restructuring or a total reconsideration of higher education financing. The money that government allocates for science and education not always makes it to the beneficiary, which calls for and increased control in that area.

- The second direction of reform has to affect economic policy. Government should be extremely successful if it tried not just to reduce losses due to the crisis, but if it were capable of making Bulgaria's economy actually work. In times of crisis it is recommendable to keep relative and absolute taxation burden or its decrease if possible without exposing the normal budget functioning and the system of mandatory insurance at risk. Countries with developed market economies increase the progressiveness of their tax systems in order to achieve a more balanced redistribution of the impact of slowed production and reduced demand. Decreased tax revenue needs to be compensated by expenditure cuts. Reduced budget spending looks better than tax hikes. Optimization of current administration support expenditure has to be done without hampering the normal functioning of the system.

The economic program should include the following steps:

1. Stepping up to ensure budget realization in times of economic crisis in order to accumulate additional revenue;
2. Steps could be made to better business climate, which could be related to bureaucracy reduction, a decisive action should be taken against the widespread gray economy and corruption1, against illegal contraband and VAT frauds;
3. Steps in the social sector should guarantee social stability and protection of Bulgarian people.

The inter company indebtedness can be dealt to in the following possible ways: increment installment plans; services/goods exchange for debt; creation of a clearing system under government (budgetary) supervision.

The radically changed economic situation demands a new approach to the spending portion of the budget as fiscal spending should be directed towards stimulating of demand and supporting the structural adaptation of the economy.

The third part of the measure package stress on our commitment to the EU. Bulgaria needs to start a process of equalizing work compensation with that in the other EU members on a productivity basis along with the macroeconomic criteria the country has to follow.

Perspectives

The government hopes to enjoy a 0.3 % GDP growth at the end of the year. According to the World Bank estimates and Standard and Powers (issued at the end of July 2010), Bulgarian economy will mark a growth of 0.2 % in 2011. Governmental sources (the minister of finance) plan a 3 % growth, a budget deficit of 2.5 % of the GDP, and 1.8 % inflation for 20112. It is true that the two estimates differ but the government hopes that all Bulgarians should work hard to make their estimate come true.

Conclusion

There is little doubt that the government's actions so far lead to deeper crisis, shrunk consumption, and undermined the revenue portion of the budget. The steps I have outlined above that need to be taken to get us out of the

1 Schneider, Fr., "Shadow Economies around the World During 1999-2007", „…Bulgaria ranks third among 37 countries regarding shadow economy volume. It represents 37 % about of the GDP this year…", The Economist, August 2010, htpp://www.economist.com/.

2 Vesti Electronic Magazine, http://www.vesti.bg/

bog as well as to generate economic growth must be such as to support businesses, households, employment, poverty reduction[1] and fiscal position. Some of the steps that government suggests represent a danger zone where business could transfer to the gray sector; others lack any fiscal effect whatsoever, for example sending people to an "economic vacation" and some are pro crisis, such is the idea of VAT hikes and increasing mandatory insurance payments, which is why one has to consider those extremely cautiously as well as their impact on domestic economy.

A chief factor of getting rid of the crisis and generating economic growth is the intensity of carrying out reforms and the progress in acquiring EU funds. Steady economic recovery involves much more than GDP growth readings and practically begins when the economy resumes creating jobs.

Dominating expectations of regaining the former growth model contradict global trends. A new world model is being shaped by the amplified involvement of the state as regulator.

Economic crisis deepening demands additional budget spending (that includes fiscal reserve) as well as EU funding and projects, and as a final resort international financial institution financing instead of making short term decisions with a vague effect.

1„Bulgaria ranks third on the poverty scale in the EU. This is what an Eurostat research reveals, according to which poverty remains among one of the most significant issues in the EU. 21% of people's income at home is below the existential minimum.", Eurostat Research "Fighting Poverty and Social Exclusion", http://epp.eurostat.ec.europa.eu/

References:

1. Angelov, G., "Impulse for Reform – Where Is It?", a column in "Trud" newspaper, July 2010
2. Schneider, Fr., "Shadow Economies Around the World During 1999-2007", The Economist, August 2010, htpp://www.economist.com/.
3. Budget and Governmental Public Insurance Act, updated as of 01.01.2010
4. Health Care Act, updated as of 01.01.2010
5. Social Insurance Code updated as of 01.01.2010
6. Employment Agency Website, http://www.az.government.bg/
7. Bulgarian National Bank Website, http://www.bnb.bg/.
8. BIA Website, http://www.bia-bg.com/
9. Eurostat Website, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/
10. Vesti Electronic Magazine, http://www.vesti.bg/
11. Confederation of the Independent Trade Unions in Bulgaria (KNSB), http://www.knsb-bg.org/
12. Standard and Powers Website, http://www.standardandpoors.com/
13. Fitch Ratings Ltd. Website, http://www.fitchratings.com/
14. IMF Website, http://www.imf.org/external/country/bgr.
15. Ministry of Finance Website, http://www.minfin.bg/.
16. National Statistics Institute Website, http://www.nsi.bg/
17. World Bank Website, http://www.worldbank.bg/

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

доц д-р ЕМИЛ В. ХИМИРСКИ
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ

INTERNATIONAL MARKETING AND MARKETING STRATEGY

Associate Prof. Dr. EMIL V. HIMIRSKI
SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract. The modern business is characterized by an increasing globalization of the markets of goods and services. Different terms are in use for describing of the marketing activities which are being performed in a more than one country, such as *"international", "multinational" or "global" marketing*. The differences in these terms refer to the geographic scope of the activities and to the way in which business is being done.
Key words: international marketing, marketing Strategy, motivations, tendencies

1. ВЪВЕДЕНИЕ В МЕЖДУНАРОДНИЯ МАРКЕТИНГ

Глобална маркетингова стратегия. Съвременният бизнес се характеризира с растяща *глобализация* на пазарите за стоки и услуги. Различни термини се използват за характеризиране на маркетинговите дейности, които се извършват в повече от една страна. Например *международен, мултинационален и глобален.* Различията между тях се отнасят до географския обхват на дейностите и до това как се извършва бизнеса. Международният маркетинг се отнася до маркетинговите дейности в една или повече държави извън своята страна. Терминът *международен маркетинг* също ще се използва в по-общ смисъл до всички видове международни дейности извън националния пазар.Международният маркетинг се състой от откриване и задоволяване глобалните потребности на потребителите по-добре от конкурентите /вътрешни и международни/ и координация на маркетинговите дейности в рамките на ограниченията на глобалната среда. *Мултинационаления маркетинг* предполага интензивно участие в международни операции. Вид мултинационален маркетинг е регионалния маркетинг. *Глобалният маркетинг* се отнася по ситуациите в които една компания има интензивни международни операции по целия свят. В нашия учебник за по- лесно възприемане ще ги разглеждаме като синоними, въпреки че съзнаваме, че съществуват различия, които ще посочваме в отделните точки на настоящата разработка.

Тенденцията към глобализация включва както мултинационалните фирми, така и много по-малки "мининационални" фирми. Друга особеност на съвременния бизнес, че тенденцията към глобализация обхваща не само пазарите на крайни потребителски и индустриални продукти, но също така и пазарите за суровини и други първични ресурси. Всичко това принуждава компаниите да прилагат глобален подход в своето стратегическо маркетингово планиране, независимо от техния интерес в международните пазари. Компаниите, които участвуват или възнамеряват да участват на международните пазари трябва да открият най-привлекателните възможности на глобалния пазар и да изготвят успешна конкуретноспособна стратегия за съответните международни пазари.

Мотивациите за участие в международния бизнес са най-различни. Най-очевидния мотив е пазарния потенциал на световните пазари.Например глобализацията на пазарите за много потребителски стоки като козметика, часовници, дрехи, поп музика и т.н. е резултат от растящите комуникации и пътувания зад граница. Това доведе до появата на международни или глобални пазарни сегменти за тийнейджъри, бизнес пътници, туристи и т.н.

Желанието за използуване на добрите идеи за продукти и услуги на по широки пазари също кара фирмите да участвуват в международните пазари. Друга мотив за глобализация може да бъде определянето на ресурсовите възможности и преместването на производството в страни с по- ниски производствени разходи. Растящата конкуренция е също така основен фактор за тенденцията към глобализация на бизнеса, както и желанието за диверсификация и разпределяне на риска върху по – голяма географска част. Развитието на информационните технологии и електронната обработка и прехвърляне на данни съща така са мощно средство за насърчаване на международния бизнес. Друг важен мотив за развитие на международния бизнес е и подобренията в транспортната система и физическата логистика, както и развитието на глобална пазарна инфраструктура:счетоводни фирми, рекламни агенции, фирми за пазарни проучвания,банки и др.

Така че глобализацията обхваща всички сфери на бизнес дейностите от пазарите на суровини до пазарите за потребителски и индустриални стоки. От една страна нарасналия обем на операциите води до подобряване на специализацията и мениджърските умения за международни сделки. В същото време географската диверсификация на операциите и обема на необходимите ресурси за управление на тези операции насърчава развитието на комплексни организационни мрежи като например съюзи за проучване и развитие, производство, маркетингови и дистрибуционни дейности и т.н. Всички това изисква растящо сътрудничество и координация между организациите.

Разработването на ефективна глобална маркетингова стратегия започва с опознаването на *силите*, които оформят и променят контекста, в които функционират глобалните конкуретни стратегии. Съществува голямо разнообразие от сили на маркетинговата околната среда, които оказват влияние върху глобалните маркетингови стратегии, но за по-голяма яснота ние ги групираме в четири основни сфери на дейност – *икономически, технологически, политически и социалнокултурни.* Тези сили на околната среда не са независими, а са взаимно свързани и допълващи се, така че формулирането на глобална стратегия се нуждае от комплексно съобразяване с всички фактори на маркетинговата околната среда.

Икономическите сили влияят върху глобалните маркетингови стратегии на макро и микро равнище. На макро равнище те оказват влияние върху естеството и локализирането на глобалните пазарни възможности и се влияят и от политическите действия на отделните правителства. На микро равнище, икономическите сили влияят върху организацията и ефективността на фирмените операции.

Технологическите сили са тясно свързани с икономическите, особено що се отнася до развитието на технологиите и тяхното влияние върху обема и ефективността на производството. Технологическите успехи в телекомуникациите улесняват развитието на международните бизнес операции, а развитието на технологиите съдействуват за свързване и интегриране на отделните пазари.

Политическите сили също са тясно свързани с икономическите и

технологическите.Те могат да стимулират или да ограничат международния бизнес. Тенденцията към формиране на икономически групировки като ЕС, НАФТА и др. насърчава правителствата да премахват и намаляват търговските бариери и оказва стимулиращо влияние върху международните операции на фирмите.

Социалнокултурните фактори оформят моделите на пазарно търсене и определят появата на нови интереси и вкусове, както и нарастването на нови пазарни сегменти.В същото време социалнокултурните тенденции често отразяват влиянието на променящите се икономически и технологически условия.

Споменатите по-горе сили на маркетинговата околна среда са тясно преплетени и взаимозавсими. Понякога отделните сили работят заедно, като се подсилват взаимно. Например технологическите развития в телекомуникациите водят до ускорено разпространение на идеи и иновации и стимулират глобализацията на пазарите. В други случай, те могат да действуват в обратна посока: политическите действия на защита на националното производство могат да ограничат международния бизнес.

Когато една фирма разработва глобална маркетингова стратегия, тя трябва да прецени доколко, как и дали трябва да се различава от стратегията й за вътрешния пазар. Важно различие се появява поради сложността на управлението в различните условия на действие на международните пазари.

Етапи в еволюцията на глобалната маркетингова стратегия. В съвременният бизнес преобладава схващането, че за да бъде една фирма успешна трябва да се ангажира и с международна дейност. Разработката на стратегии за международно участие обикновено е еволюционен процес. Анализът на моделите на международна търговия от 1960 и 1970 те години доведе до формулирането на теорията за международния жизнен цикъл на продукта, която определя етапите на международно ангажиране на една фирма. Идеята е, че много продукти преминават през търговски цикъл аналогичен с жизнения цикъл на продукта. Първоначална индустриалната нация е износител на иновационни високотехнологични продукти, след това тя губи своите експортни пазари в резултат от местната конкуренция и накрая става нето вносител на тези продукти. За разлика от традиционната търговска теория за сравнителните преимущества, този подход подчертава ролята на стимулирането на търсенето във формирането на международните търговски модели.

Динамичният характер на международните операции предполага стратегическите приоритети да бъдат съобразени с етапа на еволюция на международните пазари. Стратегията трябва да се формулира в светлината на настоящото положение на фирмата на международните пазари и нейната визия за бъдещото й положение в пазарите по целия свят.

Табл. № 1 ***Стимули на фирмата за навлизане на външните пазари***

Първоначално влизане на външен пазар	***Местна пазарна експанзия***	Глобализация
1. Насищане на вътрешния пазар	1. Растеж на местния пазар	1. Ценова неефективност и дублиране на усилията между държавите.
2. Пътувания на потребителите в чужбина	2. Отпор на местната конкуренция	2. Учене чрез трансфер на идеи и опит.
3. Диверсификация на риска	3. Местни управленски инициативи и мотивации	3.Поява на глобални потребители

Първоначално влизане на външен пазар	***Местна пазарна експанзия***	Глобализация
4. По- ниски производствени разходи в чужбина	4. Желание за по-ефективно използуване на местните ресурси	4. Поява на глобална конкуренция
5. Влизане на чужди конкуренти на местния пазар	5. Естествените граници на пазара	5. Развитие на глобална маркетингова инфраструктура
6.Да бъдат в крак с технологичните промени		
7.Правителствени стимули		

В първоначалният етап на влизане в международните пазари обикновено силата на фирмата се базира на домашната /национална/ продуктова линия. Вниманието трябва да бъде насочено към придобиване на международен маркетингов опит отколкото към разнообразяване на продуктовата линия. С придобиване на повече маркетингов опит, усилията ще трябва да се насочат към разработката на продукти отговарящи на специфичните изисквания за отделните международни пазари. Само във финалния етап, когато е постигнат опит в маркетинга и продуктовата линия на международно ниво фирмата трябва да се ангажира с по- сложния проблем на стратегическа интеграция и координация между пазарите.

Развитието на глобална маркетингова стратегия трябва да бъде насочена към максимизиране както на размера на дейностите, така и към тяхната по-голяма ефективност от конкуренцията. Маркетинговата стратегия, особено до решенията за продуктовата линия и стандартизацията на продуктите, трябва да се координира тясно с производството и доставката на ресурсите за него. Това изисква подходящ мениджмънт, информационни и логистични системи за ръководство на тези операции. Ефективната координация на различните бизнес функции е от изключително важно значение с увеличаване на обема и комплексността на международните операции при растяща международна конкуренция.

Крайната цел на глобалната стратегия трябва да е насочена към постигане на оптимална интеграция и оптимизация на операциите и системите за вземане на решение на глобално равнище.

Информация за глобални маркетингови решения.Информацията е важна съставна част в разработката на фирмената стратегия за международните пазари. Без адекватна информация за международните пазари една фирма не може да разработва ефективни маркетингови стратегии. Информацията е важна както за фирмите, които предприемат първи стъпки в международните операции, така и за утвърдените вече фирми

Като първа стъпка, фирмата трябва да определи своите информационни потребности. Видът на необходимата информация за вземане на решения относно глобалната маркетингова среда обикновено зависи от степента на участие в международните операции. В първият етап – първоначално влизане на пазара – е необходима информация за определяне на най-актрактивните пазарни възможности. Във втория етап – разширение на местния пазар – фирмата се нуждае от информация за разработка на подходящи маркетингови стратегии за пазара на всяка страна. Информационните потребности на третия етап – глобална рационализация – фокусира върху инкорпорирането на

национални и международни данни, които да позволят на фирмата да интегрира и координира стратегията си в различните пазари.

Информационните потребности за първоначалното влизане могат да се посрещнат основно чрез използването на информация от вторични източници. Необходимата информация за втория етап обикновено се събира както от вторични, така и от първични източници на информация. Това в голяма степен зависи и от наличието или липсата на местна инфраструктура за маркетингови проучвания.

Крайният етап – глобална рационализация- фокусира вниманието си върху интеграцията и обвързването на националната и международната информация. Това позволява на фирмата да планира, координира и контролира различните си дейности. Това налага създаването на глобална информационна система на фирмата, която ще позволи на управлението да определи оптималното разпределение на ресурсите си по целия свят.

2. НАЧАЛНИ СТРАТЕГИИ ЗА ПАЗАРНО ВЛИЗАНЕ

Първи стъпки към глобализация.Първата стъпка при влизането на глобалните пазари е от изключително важно значение. Добре планираната и добре реализираната стратегия за влизане в международните пазари дава стабилна основа за по-нататъшно развитие. И обратно, недообмислената първа стъпка е обречена на провал и лишава фирмата от изгодите си от участие в международни операции. Успехите на международните пазари трябва да се основават на разбирането за тези пазари и тяхното място в общата стратегия на фирмата. След като фирмата реши да излезе на международните пазари, тя трябва да определи своите цели и задачи за тях.

Първо, фирмата трябва да реши степента си на участие в международните пазари и какви средства е склонна да отдели за това. След това фирмата трябва да прецени как нейната компетентност може ефективно да се приложи и на международните пазари.

Определяне на глобалното сравнително преимущество.Успехите на международните пазари се дължат на обстоятелството да правите нещо по-добре от конкурентите. Това е т.н. сравнително преимущество, което имат държавите и фирмите. Предизвикателството уникално за международния маркетинг е, че сравнителното преимущество или комплект от обстоятелства в една страна може да не прояви като конкурентно преимущество в друга държава. Според Портър някои аспекти на сравнителното преимущества са специфични за страната или географското разположение на фирмата. Тава национално сравнително преимущество се формира от четири компонента: 1. факторни условия, 2. условия на търсене, 3. свързани и поддържащи производства, и 4.фирмената стратегия, структура и конкуренция. Тези компоненти си взаимодействуват за да формират платформа за конкуриране на международните пазари. Най-важното проявление на ролята на националното конкурентно предимство е групирането на някои производства в някои страни и доминирането на някои държави в дадени производства.

Независимо къде е разположена дадена фирма, нейното фирмено конкурентно предимство се определя от това да бъде лидер в цените на даденото производство, от успешната диференциация на своите продукти от тези на конкурентите. Ценовото лидерство подчертава ценовият компонент в маркетинговия микс в конкурентната стратегия, а не продукта, дистрибуцията или промоцията. Преследването на тази стратегия изисква представяне на качествен продукт на цени по- ниски от

конкуренцията. Това изисква мащабно производство при ефективен производствен мениджмънт. Диференциацията от друга страна фокусира върху продуктовия и промоционалния компоненти на маркетинговия микс.и с известно внимание и към дистрибуцията. Диференциацията се постига чрез предлагането на висококачествени продукти, разработката на силен марков имидж, да бъдете по отговорни от вашите конкуренти към изискванията на потребителите, постоянни иновации или пък намирането на уникални методи на дистрибуция. Все повече обаче се смята, че конкурентното предимство не трябва да бъде в/или производството. Фирмите трябва да могат да прилагат и комбинират и двете стратегии.

Маркетинговият обхват на фирмените дейности и особено дали фирмата възприема стратегия към целия пазар или пък фокусира на специфичен негов сегмент оказва влияние за проявлението на нейните сравнителни преимущества. Това до голяма степен се определя и от местната и международната конкуренция и води до адаптация към местните пазарни условия и конкурентни стратегии. Фокусираните стратегии от друга страна по -лесно се реализират и контролират, тъй като са насочени към същите или подобни сегменти по целия свят.

Решения за избор на пазар: време и последователност на влизане на даден пазар. Нарастващата взаимозависимост на пазарите и нарастването на конкуренцията изисква приемането на стратегически подход към решенията за международно излизане на пазарите. Решенията за влизане на пазара на дадена държава не могат повече да се считат за дискретни и независими, основаващи се предимно на оценката за пазарната привлекателност. Необходима е динамична перспектива която разглежда решенията за влизане на даден пазар като ключов елемент на конкурентната стратегия. Редица неща трябва да се вземат под внимание при разработката на подобна стратегия за конкурентно предимство на международните пазари.

Независимо от положението на фирмата и относителната сила на основните конкуренти могат да се приемат различни алтернативни стратегии. Изпреварващата стратегия на началните стъпки в даден пазар може да победи конкуренцията и ограничат нейното действие в бъдеще. Конфронтационните стратегии от друга страна трябва да се прилагат от позицията на относителна сила и атака на конкурента в слабите му места.

Стратегическата перспектива за влизането на даден пазар дава възможност на фирмата да обвърже решенията си за влизане на определен пазар като част от нейния стратегически план. Това подчертава значението и на двете и ги прави важни елементи на тяхната конкурентна стратегия за международните пазари. Важно е да има и постоянент мониторинг на действията на конкуренцията и формулирането на стратегии относно сегашните и бъдещи действия на фирмата. Проактивните стратегии за влизане на пазарите са от важно значение за успешната експанзия на международните пазари.

Начини на влизане на глобалните пазари.Начинът на влизане на даден международен пазар изисква внимателна оценка на възможностите и рисковете свързани с извършването на бизнес в дадена страна. Много от факторите, които оказват влияние за избора на държава в която да действува дадена фирма оказват и влияние върху начина на влизане на конкретния пазар: характеристиката на страната, политическите и рисковете на околната среда свързани с присъствието в тази страна, равнището на развитие на пазара по отношение на инфраструктурата и изискванията на потребителите, търговските бариери и правителствените регулатори, продуктовите характеристики, както и

целите на фирмата за международните пазари.

Всички тези различни фактори трябва да бъдат оценени едновременно за да се вземе решение за най- добрия начин на влизане в дадена държава. Съща така има много компромиси между избора на държава и начина на влизане. По-привлекателните държави изискват начини на влизане с повече ангажименти, докато в по-непривлекателните се изискват по-малко ангажименти. Решенията могат да бъдат относно алтернативни методи на влизане като : 1. производствена локация, 2. ресурсна ангажираност, 3. степен на контрол и 4. гъвкавост.

Експортът е най разпространения начин за първоначално влизане в международните пазари и включва най-малко риск и често е с най-скромните печалби; *Недиректният експорт* включва използването на експортни агенти и търговски компании. Кооперираният експорт дава на фирмата малко по-голям контрол, чрез кооперативно споразумение с друга фирма. И накрая, *директният експорт* изисква създаването на експортна организация, която да извършва всички функции и дейности свързани с продажбите на международните пазари.

Когато такива фактори като размера на пазара, транспортните разходи и тарифните бариери изискват по голямо присъствие на международните пазари, фирмите се ангажират с *контрактни* или *лицензионни* договори. Контрактното производство позволява на фирмата да установи по голямо присъствие на даден пазар докато тя контролира маркетинга, дистрибуцията и сервиза на продуктите си. При сключването на лицензионно споразумения фирмата предоставя правото на друга фирма да произвежда нейната стока за определен период срещу което получава възнаграждение. Подобна форма на пазарна влизане е и *франчайзингът*, който е форма на лицензиране в областта на услугите. *Съвместните предприятия* (джойнт венчърс) осигуряват важно присъствие на даден международен пазар, като в същото време ограничават рисковете. Те действуват най-добре когато всяка страна участвува с капитал. Съвместните предприятия предоставят достъп до пазарите на различни равнища, но могат и да бъдат нестабилни и трудни за управление. Една алтернатива за установяване на по голям контрол е да се създаде чуждестранна дъщерна фирма, или чрез придобиване на съществуваща компания или чрез изграждане на ново производство. Това обаче е скъпо и изисква значително ангажиране на международните пазари.

3. СТРАТЕГИИ ЗА ПАЗАРНА ЕКСПАНЗИЯ

Решения за пазарна експанзия.Във втората фаза на интернационализацията вниманието се измества от идентифицирането на възможностите от международния маркетинг и от решенията за влизане на даден пазар към разширяване на операциите на местния пазар. Фирмите които действуват на международните пазари придобиват опит в координирането и контролирането на отдалечените от тях операции. Те вече са инвестирали в тези пазари, добре ги познават и сега пред тях стой задачата да разширят своето присъствие на тези пазари. Това може да стане чрез разширяване на продуктовата линия, прибавяне на нови продукти или пък производството на нови продукти предназначени за тези пазари. Управлението може да се възползува от мащаба на производството, разпределението на разходите за проучване и развитие, производствените заводи и складове, външните връзки с доставчиците и дистрибуторите, информацията и маркетинговия опит за повишаване ефективността на своя бизнес. Като резултат от това целите на бизнеса на фирмата трябва да се преоценят с оглед на неговото разширяване на местния задграничен

пазар. Това включва промени в изгодите за потребителите или за сегментите, както и използуваната технология за дадения пазар. Промяната към експанзия може да наложи и преоценка на конкурентното положение на фирмата за дадения международен пазар по отношение на ширината и дълбочината на пазара за да се разграничи от местната конкуренция и като възприеме по активна роля. Преоценката на положението на фирмата генерира нов стратегически тласък и дава основа за планиране и реализация на маркетинговата тактика за постигане целите за експанзия на местния задграничен пазар.

Позициониране и сегментация. След като фирмата определи в кой пазар да влезе, начинът на влизане и своите цели относно международната си експанзия, следващото нещо което трябва да направи е да изработи операционни планове за маркетинга на продукта на международните пазари. Важно значение в разработката на операционните планове са решенията относно позиционирането на продукта и към кои потребители или пазарни сегменти да се насочи. Решенията за позиционирането на фирмата на даден пазар имат значение както за потенциалните потребители, така и за конкуренцията. Решенията за позиционирането имат значение и за останалите решения на маркетинговия микс на фирмата. Продуктовото позициониране на международните пазари е значително по-широко, отколкото е за вътрешния пазар. Дори и ако позиционирането е еднакво за различните пазари, същността и размера на целевия пазар могат да се различават съществено.

Изборът на подходяща позиция започва с доброто познаване на продуктовата структура на пазара във всяка страна. Това позволява на фирмата да определи конкуренцията и своето подходящо място за този пазар. Управлението ще може да си постави реалистични цели относно целевите сегменти за всеки пазар, както и степента на сходност за отделните пазари. Така сходността между пазарите оказва директно влияние за размера и потенциала за експанзия на всеки пазар, както и за евентуалната печалба от конкретно позициониране на своята продукция за конкретния международен пазар.

Добрият анализ позволява да се разработи подходяща стратегия за позициониране. Тук фирмата има две възможности: 1.позициониране в границите на съществуващата продуктова категория и 2. позициониране за промяна. Ако най- подходящата позиционна стратегия е в границите на съществуващата продуктова категория, фирмата пак ще трябва да решава дали да има фокусирана или по-широка стратегия за позициониране и трябва да определи необходимата степен на модификация за постигане успех на своята стратегия. Позиционирането с цел промяна често изисква повече риск и по трудно се постига, но пък за сметка на това има по-големи възможности за печалби.

Адаптиране на програмите за местния пазар.Фирмите предпочитат да стандартизират своите дейности в различните международни пазари, отколкото да ги адаптират към местните условия. Стандартизацията има редица преимущества включително ефекта от мащаба на производството, разходите за промоция, предлагането на идентичен продукт на всички пазари, по- лесен трансфер на идеи и опит, както и координация и контрол на международните операции. Въпреки това, пълна стандартизация рядко се постига. Съществуват много препятствия пред стандартизацията, от правителствените разпоредби до потребителските предпочитания.

Така че, след като фирмата определи своята позиция на местните национални пазари и разшири своята дейност там ще трябва да адаптира в повечето случай

своята дейност към местните пазарни условия – търсене, правителствени регулатори или конкуренция. Фирмата трябва да постигне баланс между адаптирането към местните пазари за постигане на по-дълбоко проникване и реализирането на икономии от мащаба на операциите и ефектите от стандартизацията.

Може да е необходимо продуктите да се адаптират към различните условия на ползуване, стандартите и потребителските преференции. Рекламните платформи и промоционни кампании може да се наложи да бъдат променени за да се съобразят с правителствените регулации, наличието на медия, моделите на отговаряне на потребителите и т.н. Ценовите решения ще трябва да отчетат различните условия на търсене и ценова чувствителност, наличието или отсъствието на конкуренция като в същото време трябва да покрият разходите. И накрая дистрибуционната тактика също трябва да се адаптира към местните модели на пазаруване, структурата на дистрибуцията, конкуренцията и правителствените регулатори.

Изпълнение на стратегиите за пазарна експанзия.Успехите на глобалните пазари зависят от разработката на стратегия основаваща се на комплексната оценка на местните пазарни условия, продуктовата структура на пазара, конкуренцията, предпочитанията на потребителите и техните модели на поведение и пазарната инфраструктура. Тази оценка позволява правилно да се позиционират продуктите и доколко маркетинговите програми трябва да се адаптират към местните условия. Въпреки това, и най-добрата стратегия е обречена на провал ако необходимите механизми за нейната реализация не са в ред. Следователно, след като фирмата формулира своята стратегия, тя трябва да установи и подходящи процедури за ефективното й изпълнение за постигане на корпоративните цели.

Изпълнението на маркетинговите програми на вътрешния пазар е сложно, но още по сложно е изпълнението им на международните пазари.Фирмата трябва да създаде организация и инструменти за изпълнение на програмите за всеки външен пазар. В същото време трябва да се съобразява с взаимозависимостта между пазарите и мениджърските връзки за постигане на корпоративната стратегия. В допълнение, фирмата трябва да поддържа отношения и с други организации, които съдействуват за реализация на стратегията.

Важно е да се създаде подходяща организационна структура и операционни механизми за реализация на стратегията или централно от фирмата или от нейните филиали на местно равнище. Когато операциите се ръководят от центъра вниманието обикновено е насочено към ефективността, а когато се предоставят повече отговорности на местното управление се отделя по голямо внимание на отговарянето на потребностите на местния пазар и установяване на минимален контрол.

Степента на участие на фирмата на международните пазари също влияе върху организационната структура. В началният етап на излизане на международните пазари операциите в чуждите страни се ръководят обикновено от центъра. С увеличаване на международния опит се предоставя по-голяма автономия на местните дъщерни фирми.

От важно значение е и координацията между отделните звена на фирмата външни и вътрешни. Организационните мрежи предполагат както външни, така и вътрешни връзки. Вътрешните организационни мрежи свързват различните равнища и организационни единици във фирмата и са от важно значение за правилната координация на маркетинговите дейности. Външните мрежи пък свързват фирмата с подпомагащите я организации в

изпълнение на маркетинговата й стратегия (например търговците, рекламните агенции, агенциите за пазарни проучвания и т.н.).

След създаването на тези вътрешни и външни мрежи, те отговарят за управлението на потоците доставящи стоките и услугите до потребителите. Тези потоци са същите както на вътрешния пазар, но на външните пазари са по-сложни поради по големия пространствен обем на пазарите както и поради по-високите разходи свързани с изпълнението на маркетинговата стратегия.

Фирмата наред с потоците на стоки и услуги има и финансови потоци. Те включват различни валути, други стоки и услуги и тяхното счетоводно отразяване. Международните плащания са подложени на различни рискове от нереален валутен курс, инфлационен риск, правителствени ограничения, данъчни плащания и т.н. Успешната реализация на стратегиите за пазарна експанзия се нуждаят и от адекватни информационни системи.

4. ГЛОБАЛНО РАЦИОНАЛИЗИРАНЕ

Глобализиране на маркетинговата стратегия. Излизането на международните пазари е постепенен процес за повечето фирми. Те придобиват опит и някои от тях се насочват към глобалните пазари. Поставянето на подобни цели изисква сериозно преоценка на досега съществуващите практики и дефинирането на нова бизнес стратегия.. Първо трябва да промени операциите си по света и подобри координацията между отделните звена и пазари при постоянен мониторинг на основните си конкуренти. На първо място фирмата трябва да реши към кои държави ще насочи своя бизнес, целевите сегменти, продуктовата структура. Фирмата също трябва да оцени и потенциала за растеж в отделните страни. След определянето на глобалния аспект на своя бизнес фирмата трябва да разработи стратегията си за реализация на своите цели. Необходимо е да се идентифицират целевите сегменти на потребителите и разработка на адекватна стратегия за тяхното задоволяване.

Накрая е необходимо да се отчетат и възможностите за интеграция и рационализация на операциите между отделните пазари и продуктови линии. Нужни са комуникационни, контролни и координиращи механизми за мониторинг и ръководство на операциите между отделните организационни единици по целия свят.

Разработка на конкурентна глобална стратегия. Глобалната стратегия е нещо повече от сбора на различните стратегии за отделните пазари. Конкурентната глобална стратегия изисква да се отчете взаимозависимостта между отделните пазари и тяхната особеност, така че да се разработят алтернативни стратегии за всеки пазар в изпълнение на основните корпоративни цели за глобално присъствие на фирмата. След определянето географията на пазарите, продуктовите линии и целевите сегменти фирмата е в състояние да разработи глобална стратегия която да постигне глобална синергия /дружно действие на няколко органа/. Глобалната маркетингова стратегия може да бъде или широкообхватна или фокусирана. Фирмите с широкообхватна глобална маркетингова стратегия се насочват към по широк спектър от глобалния пазар, а фирмите с фокусирана глобална маркетингова стратегия се насочват към конкретен пазарен сегмент. Успехът и на двете стратегии зависи от пазарните условия, възможностите на фирмата и стратегиите на техните конкуренти.

Разработка на корпоративна инфраструктура за глобален маркетинг. И най-добрата маркетингова стратегия няма да бъде успешна, ако не се изпълни ефективно. Първо, фирмата

трябва да развие глобална перспектива на всички нива в корпоративната си структура. Това изисква промяна в мениджърската ориентация и отношения от национално ориентирана или ориентирана към даден външен пазар към по широк и по интегриран подход към световните пазари. Този подход трябва да наблегне на значението на връзките и взаимозависимостите между националните пазари и потенциалната синергия извън националните граници. Управленското мислене и действия вариращи от стратегическото планиране до управлението на ежедневните операции трябва да бъде пропито от философия, която надхвърля националните политически, икономически и културни граници.

След това операциите на различните етапи от веригата на стойността трябва да се управляват така, че да се постигне максимална ефективност и създаването на добавената стойност за потребителите и производителите на световно равнище. Управлението трябва да определи специфичното разположение, пространствената конфигурация и степента на координиране между и в функциите на фирмата. Управлението също така трябва да реши дали отделни функции трябва да се извършват по- ефективно от фирмата или от външните организации.

На трето място е необходимо да се създаде глобална система за управление, която да насочва, наблюдава и контролира реализацията на отделните функции и за постигане желаната степен на хоризонтална и вертикална комуникация и координация. Трябва да се постигне баланс между конфликтните въздействия за глобална ефективност и местна отговорност, както и да бързо да се реагира на променящата се конкурентна пазарна динамика.

Четвърто, задоволяването на потребителите трябва да бъде ръководна цел на организацията и нейната дейност във всичките й функции на различните етапи от веригата на добавената стойност. Потребителските потребности може да са определени коректно и разработената стратегия за тяхното удовлетворяване също, но ако потребителите на са удовлетворени фирмата в края на краищата няма да бъде успешна. Често фирмата трябва да установи директни връзки с потребителите за да управлява потока от стоки и услуги към своите операции по целия свят, да осигури сервиз и обучение, както и обратна информация от потребителите за техните потребности и удовлетворяването им.

Накрая, ресурсите трябва ефективно да се мобилизират за реализация на маркетинговата стратегия и достигане задоволяване нуждите на потребителите. В някои случай се стига и до формирането на стратегически съюзи с конкурентите за да се осигури ефективно функциониране на функциите и обхват на операциите по целия свят.

5. МОДЕЛИ НА МЕЖДУНАРОДНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ

Международната (глобалната) стратегия е формулировка или твърдение чрез които се насочват средствата, с които дадена компания ще постигне желаните си цели т.е първо фирмата трябва да определи своя целеви пазар и след това да разработи подходящ маркетингов микс са удовлетворяване на потребителите на този пазар по добре от конкурентите. Международната фирмена стратегия представлява:

- Единен план, който обвързва всички съставни части на фирмата.
- Всеобхватен план, който обхваща всички основни страни от дейността на фирмата.
- Интегриран план, така че всички части и аспекти на стратегията да са съвместими едни с други и да са добре взаимосвързани.

Международната стратегия се занимава със следните основни въпроси:

- Какво представлява нашата дейност.
- Каква трябва да е нашата дейност.
- Какви са нашите продукти и услуги
- Къде са пазарите ни.
- Какви трябва да са целите ни.
- Как можем да постигнем целите си.
- По какъв начин можем резултатно да приложим и изпълним стратегията си.

Формулировката на една международна фирмена стратегия започва с анализ на следните елементи от дейността на фирмата:

- анализ на външната среда или конюнктура за да се определят потенциалните възможности и заплахи пред които е изправена фирмата.
- анализ на вътрешната среда за да се определят конкурентните предимства /както силните, така и слабите страни на фирмата/. Това е свързано с оценка на оперативната дейност и финансовата рентабилност на фирмата, на ресурсите и възможностите с които тя разполага, с анализ на очакванията от страна на фирменото ръководство и т.н.

След като добре се осъзнаят силните и слабите страни на фирмата, нейното ръководство може да използва този анализ на конкурентните й предимства, за определяне на международната или глобалната си стратегия.

а) Дефиниране на целта и мисията на фирмата – формулирането на дефиницията, свързана с мисията на фирмата, означава да се зададат с.едните въпроси; С каква дейност трябва да се ангажира фирмата? Какви изделия и услуги трябва да произвежда и осигурява фирмата? Къде са й пазарите? Какви технологии е желателно да се използват? Кои са клиентите на фирмата? Отговорите на всички тези въпроси представляват описанието на целта и мисията на фирмата.

б) Анализ на глобалната конюнктура – анализът в глобален мащаб ни предлага отговори и указания за най-важните събития, които могат да окажат влияние върху стратегията на дадена фирма. Той включва: събиране на информация, прогнозиране и разпознаване на потенциалните заплахи и съществуващите възможности за дейността на фирмата.

в) Анализ на вътрешната среда – в основни линии това представлява един основен и изчерпателен организационен анализ. Вследствие на този анализ фирмата може да развива своите конкурентни предимства.

г) Международни или глобални цели – след като са анализирани външната и вътрешната среда, в която действува фирмата, тя трябва да формулира своите дългосрочни цели, които в последствие ще се преработят и прераснат в краткосрочни цели и задачи.

д) Създаване на алтернативна стратегия – фирмата трябва да създаде няколко алтернативни стратегии, за да може да постигне целите си.

е) Избор на най-подходящата международна (глобална) стратегия - тази фаза е свързана с оценката на различните алтернативни стратегии и изборът на една от тях., която най-успешно може да се възползува от съществуващите възможности и е в състояние да сведе до минимум заплахите и опасностите, съществуващи във външната и вътрешната среда.

ж) Изпълнение на стратегията – тази фаза е свързана с осъществяването на стратегията в практическата дейност на фирмата. Тя изисква разработването на подходяща организационна структура, която ще подкрепи стратегията, подходящо управление на човешките ресурси, както и на останалите функционални стратегии.

з) Контрол – представлява цялостният процес на оценка на прилагането на стратегията и на метода на управление на екипа, отговарящ за стратегията. Контролът се осъществява чрез механизмите на обратната връзка и всяка стратегия, която не действува успешно, трябва да стане предмет на

анализ и внасяне на корекции на този етап.

Следователно международната (глобалната) фирмена стратегия представлява формулировка или твърдение, съдържащо целта на фирмената дейност, насоката за растеж и дългосрочните цели на фирмата.

Конкурентни предимства. За да се развият конкурентните предимства на една фирма, тя не само трябва да извърши анализ на външната среда, конюнктурата и конкурентите си, но и да предприеме внимателна и обстойна оценка на вътрешната си среда. Това е свързано с анализ на собствените й ресурси, на деловата й практика, на организационната й структура, на управленските умения и т.н. Преценката на вътрешната среда и равносметката която се прави на силните и слабите й страни що помогнат да се разбере дали фирмата притежава определени качества, компетентност и ресурси, с които може да се възползува от пазарните възможности.

За да определи своите конкурентни предимства, фирмата ще трябва да свърже своите уникални качества с тези фактори, които са най-съществени за постигане на успех.

Конкурентните предимства произтичат и могат да се извлекат от:

- продуктите на фирмата, чието ценообразуване е наистина конкурентноспособно
- пазарите на фирмата
- технологичната ориентация на фирмата, т.е. технологичното превъзходство на продуктите й
- качеството на продуктите
- доставките
- гъвкавост на обслужването и т.н.

Международната фирма може да развие конкурентните си предимства и чрез достъп до глобалните ресурси и информация. Конкурентното предимство може да се дължи на присъствието и дейността на фирмата на такива пазари, на които се извършва технологично обновление. Фирмата ще е в състояние да придобие именно тази информация, която ще й позволи още повече да подобри и усъвършенствува технологическия си процес, а оттам- и предлаганите от нея изделия. Фирмата също така ще може да получи информация за конкурентите си, когато присъствува и продава на пазарите на чуждестранните си конкуренти. В този случай международната /глобална/ фирма ще бъде в изгодната позиция да разбере и вникне отблизо в стратегиите и деловата практика на своите конкуренти.

Фирмата ще има достъп и до други ресурси, които могат да й осигурят конкурентно предимство, например до финансови ресурси, получени от чуждестранни пазари, където те са в изобилие и сравнително евтини. Между другите ресурси можем да включим и достъпа й до опитен персонал в областта на международния маркетинг, достъпа до надеждна и ефективна маркетингова информация и т.н.

От тези точно определени качества фирмата може да започне да разработва своите международни маркетингови стратегии.

Предимства в лидерството на цените. Тези предимства могат да се получат от множество източници. Фирмата може да постигне икономии от мащаба, тъй като търсенето на нейните продукти се осъществява на многобройни международни пазари. Фирмата ще постигне икономии от производствения си процес и така ще постигне предимството на ниската цена пред своите конкуренти. Ако фирмата притежава производствени мощности в различни страни, тя съща така може да се възползува от разликите между разходите за суровини и други ресурси, включително и за труд, за да снижи нивото на производствените и административните си разходи и по този начин да постигне по-нататъшно конкурентно предимство пред конкурентите си. Освен това фирмата може да разпредели разходите си за

научно-изследователска и развойна дейност между множество национални пазари. Това неизбежно ще доведе до по-ниски разходи за единица продукция, което по-нататък ще се трансформира в различни изгоди за потребителите.

Оценка на глобалния портфейл. Прегледът на портфейла от пазари, с коиjо разполага дадена фирма, ще ни покаже кои от стопанските й дейности трябва да се запазят, кои трябва да се намалят и кои напълно да се премахнат. Две от основните техники, които помагат на фирмите да оценят настоящата си делова активност са:

а) матрицата за нарастване на пазарния дял на Бостънската консултантска група (БКГ) и

б) матрицата, описваща пазарната привлекателност и конкурентната позиция.

Ще разгледаме накратко тези две матрици.

Матрица на БКГ за нарастване на пазарния дял. Целта на матрицата е да подпомогне специалистите по маркетинг да определят каква роля играе всяко производствено звено или отделен продукт в рамките на дадена компания, като преценката се извършва въз основа на: а/ темпа на нарастване на пазарния му дял в сравнение с конкуренцията и б/ потенциала му за генериране на пари и доходи.

Пазарният дял се намира по хоризонталната ос и се измерва по отношение на най-големия конкурент на фирмата, а нарастването на пазара за конкретния промишлен отрасъл се намира по вертикалната ос, като в случая произволно е използван х% растеж, за да се разделят пазарите на групи, отличаващи се с висок дял или с нисък темп на растеж. Площта, която заема названието на съответните държави, приблизително отговаря на размера на продажбите на определен продукт. Към този продукт могат да се приложат четирите основни стратегии на матрицата на БКГ (фиг.1).

Най-простата стратегия, която може да следва една международна фирма, е да се отърве от кучетата си и да черпи с пълни шепи от приходите, които й носят дойните й крави, и да подпомогне растежа на звездите си, както и да подобри позициите на производствените звена или продукти, които се намират в сектора на въпросителните. Значението на тази матрица за международните маркетингови стратегии по отношение на целите, които се поставят е следното:

- при дойните крави –поддържайте пазарния дял като същевременно генерирате големи парични постъпления
- при звездите – изграждайте пазарния им дял и по такъв начин подобрете конкурентния им дял и позиция
- при въпросителните – те също могат да се използват да увеличаване на пазарния дял

при кучетата – от тях можете да се отървете или да ги изцедите докрай. Ако изберете втория подход това ще означава, че ще можете да разчитате единствено на краткосрочни парични постъпления

Фиг. 1 ***Матрица на БКГ за нарастване на пазарния дял***

темп на нарастване на пазара ***високо***	Звезди Япония Германия Испания	Въпросителни Канада
ниско	Доходоносни крави Холандия Бразилия Франция	Кучета Италия Мексико
	Висок пазарен дял	***Нисък пазарен дял***

В международен контекст избраната стратегия ще зависи от:

-растящата пазарна позиция на продукта

-ресурсите, с които разполага фирмата, в сравнение с главните си конкуренти

-вероятната реакция от страна на конкуренцията

-етапа, на който се намира продуктът в своя жизнен цикъл

-допълнителна информация относно социалния, правния и политически натиск и т.н.

Матрицата на пазарната привлекателност – конкурентната позиция. Анализът на пазарния портфейл може да се използува също така и за поставяне на пазарни приоритети, т.е. този анализ помага да се установи как едно производствено звено или продукт може да се сравнява с друго звено или продукт по отношение на инвестициите и конкуренцията. Техниката на анализ посредством матрицата на нарастване на пазарния дял на БКГ ни предлага само частичен поглед към този аспект на проблема. Матрицата на пазарната привлекателност и конкурентната позиция / понякога наричана и матрица за привлекателността на отделните страни/ би могла да помогне на маркетинговия специалист да се съсредоточи едновременно върху няколко чуждестранни пазари, за да определи:

Таб. 2 ***Измерения на привлекателността и възможностите за конкуренция в дадена страна***

Привлекателност на страната	***Конкурентоспособна сила***
Размер на пазара (на целия пазар и на отделните му сегменти).	Пазарен дял
Растеж на пазара (на целия пазар и на отделните му сегменти).	Маркетингови възможности и капацитет
Пазарни сезони и колебания	Годност на продукта за този пазар
Конкурентни условия (концентрация, интензивност, бариери за навлизане и др.)	Размер на надбавката за влагане на допълнителни средства в реноме и имидж качество на продукта

Пазарни условия, които възпрепятстват проникването на пазара (мита, технологична позиция, нетарифни ограничения, ограничения върху вноса и др)/	Подкрепа от страна на пазара
Държавна политика на регулиране (контрол върху цените, дял на местните компоненти, компенсаторен износ и др.)	Качество на дистрибуторите и обслужването
Икономическа и политическа стабилност	

-какви са изискванията по отношение на ресурсите

-какви са разходите за навлизане на чуждестранните пазари

-какви ще са нивата на рентабилност.

Този модел може да се използва като инструмент за определяне и подбор на експортните пазари. Вертикалната ос измерва пазарната привлекателност, а хоризонталната ос измерва конкурентноспособната сила на дадена фирма, а факторите по двете оси се претеглят и се ранжират върху определена скала.

Стратегически избор. След като оцени портфейла си от пазари в различните страни, фирмата трябва да избере конкурентна пазарна стратегия, за да осъществи стратегията на цялостния си портфейл от пазари. Съществуват многобройни типове стратегии, от които фирмата може да избира: като се започне от стратегията на сътрудничество до стратегията на конфронтация. Две от по-широко познатите са: моделът на Портър за родовите стратегии и стратегията за продуктовата/пазарната експанзия. Ще ги представим по-подробно по долу.

*Моделът на Портър за родовите стратегии***.** При разработване на стратегия за пазарния портфейл, международната фирма може да избира една от трите родови стратегии на Портър: а) за лидерството чрез ниска себестойност, б) чрез диференциация и в) чрез фокусиране.

Тъй като работи на различни пазари, фирмата може да подбере различни стратегии или комбинации от тези стратегии за всеки отделен пазар.

1. Стратегия на лидерството чрез ниска себестойност.

Стратегията на ниската себестойност се основава върху съкращаване на разходите и постигането на нискоразходно производство. Това обикновено се свързва с голям обем на продукцията, откъдето се получават и икономиите от мащаба на производството, съчетан с опит и фактори на кривата на научаване, което пък в края на краищата води до съкращаване на разходите.Икономиите при кривата на опита се получават от нарасналия вътрешен опит на фирмата при управление на функционалните си дейности, т-е- на отделните звена и организационни подразделения. Икономиите от кривите на научаване се получават в резултат на по-високата производителност на работниците: те работят по-ефективно и резултатно тъй като с течение на времето се учат от грешките си. Оттук се получава и повишаване на производителността на труда.

2. Стратегия на диференциацията

Тя е свързана с усилията за диференциация на изделията и услугите произвеждани от фирмата, така че те да се възприемат като единствени и изключителни по отношение на качеството си, търговското си название или във връзка с някакъв друг празник. Тогава фирмата ще е в състояние да продава продуктите си на по-висока от обичайната средна цена, а потребителите ще са готови с желание да заплатят съответната надбавка в цената.

3. Стратегия на фокусирането

Тя е свързана с фокусиране или съсредоточаване на фирмата върху определен неголям пазар, продукт или географски сегмент. Усилията и ресурсите на фирмата се съсредоточават върху обслужването на точно определена група клиенти и по този начин тя вече не се конкурира в мащаба на целия промишлен отрасъл.

Следователно фирмите оперират рентабилно и успешно, защото разполагат с по- голям пазарен дял поради по-ниските цени и по-ниските си разходи в сравнение с конкурентите си или защото са успели да диференцират предлагането на своите продукти и все още продължават да владеят голям пазарен дял. Фирмите освен това оперират успешно, защото тяхната стратегия на фокусиране не е свързана със специализирани пазари или продукти, за които могат да се определят високи цени. Фирмите, изпитващи затруднения, са тези, които разполагат с относително малък пазарен дял и постигат ниски печалби. Моделът на Портър освен всичко друго илюстрира и баланса или компромиса, който трябва да се постигне между печалбата и пазарния дял.

Стратегия на продуктова/пазарна експанзия. При разработването на своята стратегия за пазарния портфейл, фирмата може да избере една от голям брой алтернативи, за достигане на интензивен растеж. Фирмата може да избере между следните четири стратегии:

Стратегия на пазарно проникване на продукта (стар продукт/стар пазар)**.** Тази стратегия е свързана с желанието на фирмата да увеличи дела на своя продукт на чуждестранните пазари, които тя обслужва понастоящем. Тя може да постигне това, като се ангажира с една от няколкото възможни тактики, а именно:

а) разтягане на продуктова линия – фирмата трябва да прибави нови изделия към съществуващата си продуктова линия на сегмент от пазара, на който тя вече е проникнала. Целта е да се привлекат повече клиенти, които в момента купуват от конкуренцията, както и нови клиенти, които досега не са използували продуктите на фирмата.

б) “разкрояване на продукта” – това е свързано с предлагането на голямо разнообразие от най-различни типове на продукта.

в) усъвършенствуване на продукта – това е свързано с осъвременяване и засилване на качествата на съществуващия продукт, което ще го направи по-скъп и по-привлекателен. Това може да е свързано с използването на най-съвременни технологии за подобряване на възможностите на продукта, с подобряване на начина на обслужване на клиента, с усъвършенствуването на сервизната база и т.н.

Стратегия на развитие на пазара (стар продукт/ нов пазар). Тази стратегия е свързана с разработване на пазари в нови географски ширини, на които се продават съществуващите продуктови линии на фирмата. Този тип пазарна експанзия е най-подходяща:

- там, където се изисква само минимално изменение или незначителна модификация на продукта.
- там, където нормата на печалба започва да спада поради интензивната ценова конкуренция на съществуващите пазари, на които фирмата се е настанила.
- ако жизненият цикъл на продукта е еднакъв или сходен на различните пазари.

Стратегия за развитие на продуктови пазари (нов продукт/стар пазар). Тази стратегия е свързана с поддържане и запазване на чуждестранните пазари на фирмата, в рамките на които обаче се разработват нови продукти.

Диференциация (нов продукт/нов пазар) Стратегиите на диверсификация са

свързани с навлизането на фирмата на нови продуктови пазари, които не са

свързани с основната дейност на фирмата. Тя може да пожелае да следва тази политика на експанзия при следните обстоятелства:

- когато благоприятните възможности на новите продуктови пазари са изключително привлекателни
- когато фирмата желае да намали въздействието на негативната тенденция в конюнктурата на промишления отрасъл, в който тя оперира понастоящем.

Фирмите могат да се впуснат в:

- Интеграция напред или назад, чрез която пунктовете за продажба или източниците на доставки се присъединяват към фирмата. Този тип интеграция преобладава в отраслите, произвеждащи полупроводници, където производителите на микропроцесори обединяват силите си, за да осигурят непрекъснато снабдяване с елементи и материали за производството.
- Стратегия на диверсификация от типа на конгломерата, която е свързана с растежа и навлизането на фирмата в дейности, които нямат нищо общо с досегашните продукти, пазари и технологии на фирмата. Кока Кола например закупи филмова компания като стратегически ход, за да контролира възможното намаление в размера на сегмента от клиенти, с който разполага, а той понастоящем се състои основно от групата на младежите.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Глобалнният императив.Трите етапа разгледани в настоящия учебник – първоначално влизане, пазарната експанзия и глобалната рационализация- формират серия от успешни стъпки през които минава фирмата по своя път към глобализация. Етапите представляват една прогресия, която отразява различните равнища на ангажираност и участие в международните пазари. Преминаването през тях може да бъде бързо или бавно, колебливо с много грешки или гладко и лесна. То може да наложи на фирмата радикални промени и нови насоки на дейността й, или пък може да се постигне с минимални усилия.

И големите и малките фирми се намират във всеки от анализираните етапи. Многобройни малки и средни фирми от развитите страни, както и големи фирми от развиващите се страни предприемат първи стъпки на чуждите пазари. Много диферсифицирани компании за потребителски стоки като Nestle, Unilever, са във втория етап, насочващи своята стратегия към местна пазарна експанзия, като в същото време търсят начини да подобрят координирането на операциите си в целия свят. Други компании като Ford, Caterpillar, GE и др. са в третия етап на глобална рационализация, търсейки възможности да се насочат към глобалните потребители

и целеви сегменти по целия свят изработвайки начини за справяне с комплексността на управлението на операциите си на глобално равнище

Предизвикателствата пред фирмите на различните етапи са различни.Въпреки това силите които оформят глобалния контекст на техния бизнес са еднакви. Това са силите които определят как се дефинират пазарите и тяхната пространствена конфигурация и които ускоряват интензивността на глобалната конкуренция. Те моделират желанията, вкусовете и очакванията на потребителите и определят естеството на възможностите пред които се изправя глобалната фирма както и намирането на необходимите ресурси за ефективен отговор на глобалните предизвикателства.

Фирмата трябва да има ясна визия за своята мисия на глобалните пазари, както и възможност за успешната й реализация. Тя трябва да открие своите сравнителни преимущества и да се възползува от тях на глобалните пазари. Това може да наложи развитие на нови компетенции или влизане в

стратегически съюзи за постигане на необходимите възможности за да ефективно конкуриране на бързо променящите се глобални пазари.

Фирмата трябва да е в състояние да мобилизира ресурси от целия свят. Тя трябва да реагира своевременно на възможностите и предизвикателствата на различните пазари и да разработи ефективна корпоративна инфраструктура за реализиране и промяна на своята стратегия. Фирмата трябва да е органичен процес който постоянно се развива, адаптира и реагира на променящите се реалност на глобалните пазари. Фирмите, които могат да направят това просперират, а фирмите които не могат губят.

Бъдещето на международния маркетинг е свързано с определяне потребностите на клиентите и тяхното по-добро задоволяване от конкурентите. Свидетели сме на такива тенденции като формирана на глобални пазари и глобални клиенти, създаване на глобални информационни системи, нарастване сегмента на зеления потребител, съобразяващ се с екологичните изисквания, застаряване на нациите и растящ сегмент на пенсионери със специфични потребности, засилване ролята на жените в международния маркетинг, засилва се и ролята на етичните съображения в международния маркетинг и т.н.

И в съвременните условия ще бъдат успешни тези фирми които мислят глобално, имат подходящи маркетингови стратегии и ресурси за тяхната реализация.

ЛИТЕРАТУРА:

Основна:

1. Верн Терпстра & Рави Сарати. Международен маркетинг, С.2002
2. Ф.Котлър, Управление на маркетинга: Структура на управлението на пазарното предлагане, Класика и стил, 2002
3. Ф.Котлър. Маркетинг съвети от А до Я, Класика и стил, 2005
4. Тед Левит за маркетинга, Класика и стил, 2004
5. Емил Химирски, Международен икономикс, УИ Стопанство, 1991

Допълнителна:

1. Frank Bradley, International Marketing Straregy, 5 th. ed. FT Prentice Hall, 2005
2. Kotabe & Hensen, Global Marketing Management, 4 th. ed., John Wiley & Sons, 2007
3. Isobel Doole & Robin Lowe, International Marketing Strategy, 5 th. ed. South West Educational Publishing, 2008
4. O.C.Fereell & Michael Hartline, Strategy, 4 th. Ed., McGraw Hill, 2007
5. Прайд& Ферул, Маркетинг: концепции и стратегии. Форком, 1996
6. Емил Химирски, Икономика на развитието, УИ Стопанство, 2006
7. Ю. Узунова, Б. Василева, Международни маркетингови интервенции: базови конструкции и анализи, Ромина, 2004
8. Стефан Христов, Стратегически маркетинг, УИ Стопанство, 2002

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

доц. д-р АЛЕКСАНДЪР ТАСЕВ
ИНСТИТУТ ЗА ИКОНОМИЧЕСКИ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА БАН

ВЪНШНАТА ТЪРГОВИЯ НА БЪЛГАРИЯ СЪС СТРАНИТЕ ОТ ИЗТОЧНА ЕВРОПА В ПЕРИОДА НА ПРЕХОДА

FOREIGN TRADE OF BULGARIA WITH EAST EUROPEAN COUNTRIES IN THE TRANSITION PERIOD

Associate Prof. Dr. ALEXANDER TASSEV
ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE OF BULGARIAN ACADEMY OF SCIENCES

Abstract: In this article has been examined the foreign trade exchange of Bulgaria with CEFTA countries – former members of the Council for Mutual Economic Assistance, from contemporary and retrospective aspect. The purpose was to identify the main reasons for the trade exchange state for the period 1986-2008, through analysis of exportation and importation structures, and to give directions for the considerable trade balance improvement. In the research process were given answers to the following important questions:

- which are the leading branches and commodities' groups of the trade exchange;
- which is the result from the Bulgarian economy opening, after the concluded agreement for free trade with CEFTA countries.

Key words: exportation, importation, balance, index, CEFTA, agreement for free trade

Въведение

Във външнотърговския стокообмен (ВТС) на България след 1989 г. настъпиха големи промени, които се изразяват в:

- Загубването на пазари с близо 40 годишна традиция, в т.ч. по линия на членството на България в СИВ[1].
- Преориентацията към нови пазари на база сключените споразумения за свободна търговия (ССТ) в периода 1993 – 2003 г.
- Голям първоначален срив на стокообмена - и на износа, и на вноса.
- Високи темпове на растеж на вноса пред износа и реализиране на много голямо отрицателно салдо.

Общото състояние на ВТС на България е функция както от определени политико - икономически фактори[2], така и от състоянието на стокообмена по регионални общности и страни.

В предложеното изследване е анализиран ВТС със страните от Източна европа. В периода предхождащ 1989 г., България има в тях утвърдени пазари с 40 годишна традиция и висок относителен дял. След 1990 г. започва рязък спад на стокообмена с тях.

Страните от Източна европа, с които България има традиционен ВТС, са бивши членки на СИВ. С прекратяване съществуването на тази организация, търговията на България с тези страни се поставя на реални пазарни отношения. Развитието на стокообмена между тях в периода на преход от централизирани икономики към пазарни трябва да се разглежда в два отделни аспекта – съответно във връзка обособяването на Централноевропейско споразумение за свободна търговия (ЦЕФТА) в периода 21.12.1992 - 31.12.2003 г. и създаването на Общността на независимите държави (ОНД), след разпадането на СССР. Това е така, защото докато страните от ОНД остават изолирани от

[1] Съвет за икономическа взаимопомощ – съществувал в Източна Европа до 1990 г.
[2] Тасев. Ал. Водещи фактори за състоянието на външно-търговския стокообмен на Р.България в периода 1988 – 2003 г., Сп. "Икономически изследвания", кн. 3, С. 2006 г.

евроинтеграционния процес и с по-бавни темпове на развитие към пазарни икономики, останалите страни от СИВ (т. н. Вишеградска тройка – Чехословакия, Полша и Унгария), без България и Румъния, създават през 1992 г. зона за свободна търговия, с цел по-бърза адаптация към отвореност на икономиките им и интеграция с ЕС.

Стокобмена на България със страните от ОНД е обект на отделно изследване, поради посочените аспекти.

В стремежа си да постигнат достъп до близо 100 милионния пазар на страните от ЦЕФТА и да ускорят евроинтеграцията си, първо Румъния през 1997 г., а след това и България, от 1.01.1999 г., стават членки на ЦЕФТА. В периода 1999 – 2003 г.страните от Централна и Източна Европа членки на СИВ (с изключение на ГДР и СССР до 1991 г.) са и страни членки на ЦЕФТА. За тези години цялостния състав на ЦЕФТА включва и Словения. Проследявайки динамиката на ВТС с тази страна от 1986 г., приемаме, че за периода до 1991 г. стокообмена на България със Словения е пренебрежимо малък. Тази оценка следва от слабия относителен дял – около 1 % на ВТС със СФРЮ по същото време. В настоящето изследване, след 1991 г., Словения не е включена.

След влизане в сила на споразумението за свободна търговия на България със страните от ЦЕФТА, започва бързо нарастване на вноса и по-бавно нарастване на износа. Като резултат се реализира значително отрицателно търговско салдо.

Основна цел *на изследването е за периода 1986 – 2008 г, е. да се направи адекватна картина на стокообмена с тези страни и на тази база да се посочат основните причини за състоянието на ВТС със страните от ЦЕФТА – бивши партньори от СИВ и да се дадат насоки за съществено подобряване на тъговското салдо.В процеса на постигане на поставената цел се получиха резултати относно следните въпроси:*

- *Кои са водещите отрасли и групи стоки в стокообмена.*
- *На каква стойност възлиза загубения пазарен дял в тези страни.*
- *Какъв е резултата от отварянето на българската икономика след сключеното ССТ със страните от ЦЕФТА.*

За постигане на целта при анализа се ползва информационна база, създадена от автора на статията, във връзка негово изследване на външнотърговския стокообмен на България в периода 1986 – 2006 г., с акцентиране върху съпътстващите в същия период политико – икономически фактори.

Хармонизарането на националната статистика от 1992 г. с тази на ЕС, прекъсва съпоставимостта в статистическите времеви редове на външната търговия преди и след 1991 г. по отношение физическия обем и съдържанието на стоковите позиции.

Създадените от автора съпоставими статистически времеви редове са на ниво отрасловата структура по Класификатора на отраслите на народното стопанство от 1986 г. (КОНС'86) за периода 1986 – 2006 г.[1] В нея индексите на физическите обеми на ВТС са коригирани със средногодишната инфлация на долара и девалвацията му спрямо еврото. Направена е оценка в щатски долари на стокообмена за периода 1986 -1991 г.[2] Статистиката на външната търговия по КОНС'86 е поддържана от НСИ до 1996 г. вкл. като единствена еднозначна връзка между стоковите позиции преди и след 1991 г. По отношение на възможността за пълноценен анализ чрез съдържащата се стокова структура в отраслите по КОНС'86, може да се добави следното -

[1] Тасев, Ал., Статистически времеви редове на външнотърговския стокообмен на България,1986 – 2006 г., Акад. издателство „ проф. М. Дринов”, 2011 г.

[2] Тасев, Ал., Съпоставимостта в статистическите времеви редове на външнотърговския стокообмен на България в периода 1986 – 2006 г., сп. “Икономическа мисъл”, кн. 3., 2011 г.

позициите на отрасловата структура на ВТС обхващат основните отрасли промишленост и селско стопанство и техните най-важни подотрасли. Общият брой на позициите, които НСИ отчита в износа е 25, а във вноса - 20. В тези позиции е агрегиран целият стокообмен[1]. Във връзка с прецизността и конкретността на едно изследване, допълнително по КОНС '86, са дезагрегирани най-важните отрасли. Отделно е изведена стокова информация за някои производства, непубликувана преди 1992 г. Като резултат, разработените таблици на стокообмена по КОНС '86, съдържат в износа и във вноса по 52 позиции. Този статистически подход е мултиплициран по отношение на стокообмена на България по регионални общности и съвкупности от страни. Допълнително в информационната база данни са включени водещите промишлени и селско стопански групи от стоки на четвърто ниво на Хармонизираната система. На получените резултати е дадена положителна оценка с писмо на НСИ № 33-00-55 от 18.06.2008 г.

В динамиката на стокообмена със страните от ЦЕФТА от 1986 г. до 2008 г. се очертават следните периоди:

- от 1986 г. до разпадането на СИВ през 1991 г.;
- от 1992 до 1998 г.;
- от приемането на България за член на ЦЕФТА – 01.01.1999 до 2003 г.;
- от приемането на Полша, Чехия, Словакия и Унгария за членове на ЕС – 1.01.2004г.

От 1.01.2002 г. търговията на промишлени стоки между страните от ЦЕФТА е с нулеви мита и в това отношение разлика между двата последни периода няма.

1. Общи показатели на ВТС 1986 – 2008 г.

[1] Вж. отрасловата структура на стокообмена на България в годишниците на НСИ от 1987 до 1997 г.

През 1986 г. относителният дял на износа за страните от ЦЕФТА (част от СИВ), спрямо общия на България, е 15 % на стойност 943 млн. щ.д. Вносът е с относителен дял 14.3 % на стойност 959.4 млн. щ.д. Търговското салдо е отрицателно и е в размер на 16.4 млн. щ.д.. До 1990 г. ВТС бележи лек спад – в износа и във вноса. Търговското салдо продължава да е отрицателно, но намалява.

Таблица 1. Външнотърговски стокообмен на България - общо и със страните от ЦЕФТА, 1986 - 2006 г

		1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Deflator export			*1,0*	*1,0*	*1,0*	*1,0*	*1,0*	*1,26*	*1,30*	*1,33*	*1,36*	*1,39*	*1,42*	*1,44*	*1,46*	*1,49*	*1,52*	*1,49*	*1,69*	*1,85*	*1,89*	*1,92*
Deflator import			*0,98*	*0,90*	*0,90*	*0,94*	*0,64*	*1,26*	*1,30*	*1,33*	*1,36*	*1,39*	*1,42*	*1,44*	*1,46*	*1,49*	*1,52*	*1,48*	*1,69*	*1,85*	*1,89*	*1,92*
ОБЩО	***ИЗНОС***	**6 286,8**	**6 404,1**	**6 550,8**	**6 404,0**	**4 910,7**	**3 432,6**	**3 991,7**	**3 768,7**	**3 935,1**	**5 344,9**	**4 890,2**	**4 939,7**	**4 193,5**	**4 006,4**	**4 824,6**	**5 112,9**	**5 692,1**	**7 444,8**	**9 877,0**	**11 835,2**	**14 956,8**
	Индекс	100,0	101,9	104,2	101,9	78,1	54,6	63,5	59,9	62,6	85,0	77,8	78,6	66,7	63,7	76,7	81,3	90,5	118,4	157,1	188,3	237,9
	кор.инд.	100,0	101,9	104,2	101,9	78,1	54,6	50,4	46,1	47,1	62,5	56,0	55,3	46,3	43,6	51,5	53,5	60,8	70,1	84,9	99,6	123,9
	вер.инд.	100,0	101,9	102,3	97,8	76,7	69,9	116,3	94,4	104,4	135,8	91,5	101,0	84,9	95,5	120,4	106,0	111,3	130,8	132,7	119,8	126,4
	отн.дял	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	ВНОС	**6 756,4**	**6 533,5**	**6 319,1**	**5 982,9**	**4 794,2**	**2 700,4**	**4 529,6**	**5 120,3**	**4 271,5**	**5 638,2**	**5 073,9**	**4 932,0**	**4 956,7**	**5 515,1**	**6 507,1**	**7 260,8**	**7 903,4**	**10 753,6**	**14 380,4**	**18 312,3**	**23 029,6**
	Индекс	100,0	96,7	93,5	88,6	71,0	40,0	67,0	75,8	63,2	83,4	75,1	73,0	73,4	81,6	96,3	107,5	117,0	159,2	212,8	271,0	340,9
	кор.инд.	100,0	98,5	103,7	98,9	75,9	62,9	53,2	58,3	47,5	61,4	54,0	51,4	50,9	55,9	64,6	70,7	79,0	94,2	115,0	143,4	177,5
	вер.инд.	100,0	96,7	96,7	94,7	80,1	56,3	167,7	113,0	83,4	132,0	90,0	97,2	100,5	111,3	118,0	111,6	108,9	136,1	133,7	127,3	125,8
	дял	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	САЛДО	**-469,6**	**-129,4**	**231,7**	**421,1**	**116,5**	**732,2**	**-537,9**	**-1 351,6**	**-336,4**	**-293,3**	**-183,7**	**7,7**	**-763,2**	**-1 508,7**	**-1 682,5**	**-2 147,9**	**-2 211,3**	**-3 308,8**	**-4 503,4**	**-6 477,1**	**-8 072,8**
ЦЕФТА	***ИЗНОС***	**943,0**	**954,2**	**976,1**	**851,7**	**667,9**	**181,9**	**207,6**	**175,4**	**170,3**	**196,0**	**170,2**	**166,5**	**208,3**	**167,8**	**192,8**	**247,3**	**307,8**	**438,7**	**701,6**	**824,4**	**1 281,5**
	Индекс	100,0	101,2	103,5	90,3	70,8	19,3	22,0	18,6	18,1	20,8	18,0	17,7	22,1	17,8	20,4	26,2	32,6	46,5	74,4	87,4	135,9
	кор.инд.	100,0	101,2	103,5	90,3	70,8	19,3	17,5	14,3	13,6	15,3	13,0	12,4	15,3	12,2	13,7	17,3	21,9	27,5	40,2	46,3	70,8
	вер.инд.	100,0	101,2	102,3	87,3	78,4	27,2	114,1	84,5	97,1	115,1	86,8	97,8	125,1	80,6	114,9	128,3	124,5	142,5	159,9	117,5	155,4
	дял	15,0	14,9	14,9	13,3	13,6	5,3	5,2	4,7	4,3	3,7	3,5	3,4	5,0	4,2	4,0	4,8	5,4	5,9	7,1	7,0	8,6
	ВНОС	**959,4**	**1 038,8**	**1 004,7**	**897,4**	**632,8**	**97,2**	**240,0**	**231,0**	**250,7**	**243,0**	**230,4**	**245,5**	**278,9**	**341,3**	**568,4**	**550,6**	**575,5**	**856,6**	**1 253,8**	**1 675,0**	**2 224,6**
	Индекс	100,0	108,3	104,7	93,5	66,0	10,1	25,0	24,1	26,1	25,3	24,0	25,6	29,1	35,6	59,2	57,4	60,0	89,3	130,7	174,6	231,9
	кор.инд.	100,0	110,3	116,1	104,5	70,5	16,0	19,9	18,5	19,6	18,6	17,3	18,0	20,2	24,4	39,8	37,8	40,5	52,8	70,6	92,4	120,8
	вер.инд.	100,0	108,3	96,7	89,3	70,5	15,4	246,9	96,3	108,5	96,9	94,8	106,6	113,6	122,4	166,5	96,9	104,5	148,8	146,4	133,6	132,8
	отн.дял	14,2	15,9	15,9	15,0	13,2	3,6	5,3	4,5	5,9	4,3	4,5	5,0	5,6	6,2	8,7	7,6	7,3	8,0	8,7	9,1	9,7
	САЛДО	**-16,4**	**-84,6**	**-28,7**	**-45,7**	**35,0**	**84,7**	**-32,4**	**-55,6**	**-80,4**	**-47,0**	**-60,2**	**-79,0**	**-70,6**	**-173,5**	**-375,6**	**-303,3**	**-267,7**	**-417,9**	**-552,2**	**-850,6**	**-943,1**

През 1991 г. ВТС рязко спада. Физическият обем на износа пада на 19.3 % спрямо 1986 г., а относителния дял е 5.2 %. Физическият обем на вноса спада още повече – на 16 %, а относителния дял е 3.6 %. Търговското салдо е положително. Ясно е, че резкия спад на ВТС с тези страни през 1991 г., се дължи предимно на разпадането на СИВ и взаимните претенции към качеството на експортните стоки.

През 1992 г. физическият обем на износа има ръст 114.1 % спрямо 1991 г. и е 17.5 % от този за 1986 г. Физическият обем на вноса има ръст 246.9 % спрямо 1991 г. и е 19.9 % от този за 1986 г.

В периода преди присъединяването на България към ЦЕФТА, от 1993 г. до 1998 г. включително, износът варира от 12 % до 15 % спрямо 1986 г., а вносът варира от 17 % до 21 % спрямо 1986 г.

След приемането на България за член на ЦЕФТА от 01.01.1999 г., за същата година не се наблюдава увеличение на износа, а напротив - спад съответно на 81 % спрямо 1998 г. От 2000 г. започва ежегоден ръст на физическия обем на износа, който достига за 2006 г. 70.8 % спрямо 1986 г. и относителен дял 8.6 %. Стойноста му за 2006 г. е 1281.5 млн. щ. д. (табл. 1). В следващите две години износът достига и надминава физическия обем за 1986 г., като за 2007 г. е 101.9 % и за 2008 г. е 139.5 %. Съответните стойности са 1969.6 млн. щ. д. и 2839.5 млн. щ.д.

За разлика от износа, вносът от страните членки на ЦЕФТА започва веднага да расте. За 1999 г. е 122.4 % спрямо 1998 г. Физическият обем на вноса за 2006 г. е 120.8 %

спрямо 1986 г. и относителен дял 9.7 %. Стойноста му за 2006 г. е 2224.6 млн. щ.д. В следващите две години физическият обем на вноса нараства стремително и достига за 2007 г. 202.2 % и за 2008 г. 255.3 % спрямо 1986 г. Съответните стойности са 3974.6 млн. щ.д. и 5386.9 млн. щ.д.

Търговското салдо от 1992 г. до 2006 г. е непрекъснато отрицателно. В периода 1992 г. до 1998 г. варира между 32 и 80 млн. щ.д. След 01.01.1999 г. започва сериозен и непрекъснат отрицателен ръст и за 2006 г. достига 943.1 млн. щ.д. В следващите 2007 и 2008 г. отрицателната тенденция силно се задълбочава и салдото достига съответно 2005 млн. щ.д. и 2547.4 млн. щ.д.

Констатираните факти и тенденции за рязко намаляване на ВТС със страните от ЦЕФТА в периода 1991 – 1998 г. се дължат на следните причини:

- *Разпадането на СИВ през 1991 г.*
- *Интереса на всички страни към внос на качествени стоки.*
- *Наложените защитни митнически мерки.*

Отрицателното търговско салдо в периода 1992 – 1998 г. показва, че към експортните стоки на страните от ЦЕФТА има значително по-голям интерес на българския пазар, отколкото към българските експортни стоки на техните вътрешни пазари.

След 01.01.1999 г. се оказва, че в началото българската отраслова икономика не е била готова да реализира либерализираният достъп до 100 милионния пазар на страните от ЦЕФТА. Причините са, че в годините 1999 и 2000 има частична либерализация на пазара на промишлени стоки и все още не е завършил приватизационния процес. Нулевите мита за всички промишлени стоки са въведени от 01.01.2002 г.

От 1999 г. до 2006 г. спрямо 1998 г., физическият обем на износа е нарастнал два пъти, срещу ръст на вноса над пет пъти. Вследствие на това вносът от страните от ЦЕФТА достига 121 % спрямо физическия му обем за 1986 г., докато износът е 70.8 %. Следващите две години тази тенденция се засилва, като вносът достига 255.3%, а износът – 139.5%. Тези резултати потвърждават, че когато между две отраслови икономики

с различен ресурсен и технологичен потенциал се либерализират пазарните отношения, търговското салдо е значително и е в полза на тази с по-високия потенциал.

2. Водещи отрасли и групи стоки във ВТС 1992 – 2006 г.

Разглеждането на стокообмена в периода 1992 -2006 г., по отрасли и групи от стоки, дава възможност за по прецизен анализ и съответни изводи относно експортната и импортна структури.

Износ

Водещи отрасли (*Съкращенията на имената на отраслите и други съкращения са дадени в табл. 10.*) в износа за 1992 г. с отн. дял по-голям от 5% са: ХКП - 25.1 %, ХВП - 18.4 %, ММП - 17.8 %, Цветни метали – 9.3 %, РАСТ - 6.3 %, ЕЕП - 6 %. Сумарно общия дял на водещите отрасли е 82.9 %, а на отраслите с отн. дял над 1% - 91.6 % (табл.2).

Таблица 2. Водещи отрасли в износа за 2006 г. и индекси на физическия им обем спрямо 1992 г.

Отрасли	Относителен дял (%)		Индекс (%)
	1992 г.	2006 г.	2006 г.
ХКП	25.1	25.4	376.8
ХВП	18.4	8.2	165.3
ХВП,в т.ч. МП	1.9	0.1	15.1
ХВП,в т.ч. КП	2.6	0.7	100.4
ХВП,в т.ч.ВСП	3.6	2.0	206.4
ХВП,в т.ч. ТП	4.3	-	-
ММП	17.8	12.0	250.4
ШП	0.5	2.2	1698.8
ЕЕП	6.0	7.0	434.8
ЧМР	2.1	8.3	1456.7
РАСТ	6.3	2.1	122.8
СПФП	0.4	2.1	2003.0
ПСМ	1.5	1.4	327.6
ДДП	0.3	1.8	1953.5
ОлЦК	6.3	1.4	84.8
ТТП	2.4	5.6	887.6
ММСпл.	1.9	12.2	2355.4
ЕТ	2.7	4.0	550.8

Водещи групи стоки в износа за 1992 г.:

- Водещи селскостопански стоки са: цигари, захар, гроздови вина, картофи, зеленчукови консерви, свинско месо, живи свине, храна за кучета и котки, замразени плодове, пшеница, спиртни напитки, месни консерви и т.н. Сумарният дял на водещите двадесет и пет стоки е 21.7 %, на стойност 45.1 млн. щ.д.
- Водещи промишлени стоки са: необработен цинк, пневматични гуми, нефтопродукти и горива, медни руди и концентрати, авточасти, електрическа енергия, електроакумулатори, бойни оръжия, медикаменти, кари-повдигачи и т.н. Сумарният дял на водещите

двадесет и пет стоки е 46.3 % и на стойност 96.1 млн. щ.д. (табл. 3).

Един сравнителен преглед на експортната структура към страните от ЦЕФТА за периода до приемането на България за член, т.е. до 01.01.1999 г., показва, че спрямо 1992 г. има следните негативни изменения в нея:

- *Силно намалява или напълно изчезва делът на традиционни експортни стоки на отраслите: ТП – цигари, КП – зеленчукови консерви, МП – нулеви количества, ЖИВ – живи свине, ХКП – превматични гуми, ЕЕП – електроакумулатори и т.н. (табл. 3 и 4).*
- *Общо за всички отрасли физическият обем на износа за 1998 г. е паднал на 88 % спрямо 1992 г.*

Водещи групи стоки в износа за 2006 г.:

- Водещи селскостопански стоки са: бисквити и сладкарски изделия, гроздови вина, пшеница, протеинови концентрати, замразени плодове, ечемик, суров тютюн, шоколади, слънчогледово семе, царевица и т.н. Сумарният дял на водещите двадесет и пет стоки е 9.5 %, на стойност 122.2 млн.щ.д.
- Водещи промишлени стоки са: нефтопродукти и горива, нерафинирана мед, горещо плосковалцовано желязо над 600 мм, рафинирана мед и сплави, ел. енергия, карбонати и перкарбонати, електропроводници, части за подемни и земекопни машини, необработен цинк, мъжко долно бельо – трикотажно, медни пръти и профили, и т.н. Сумарният дял на водещите двадесет и пет стоки е 52 %, на стойност 665.9 млн. щ.д. (табл.5).

Таблица 3. Водещи стоки в износа на България към страните от ЦЕФТА през 1992

No	КОД по КН	ОПИСАНИЕ НА СТОКАТА	ИЗНОС	ДЯЛ
		ОБЩО ИЗНОС	**207,6**	**100,0**
СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ				
1	2402	ЦИГАРИ И ПУРИ	8,9	4,3
2	1701	ЗАХАР, ЗАХАРОЗА	5,2	2,5
3	2204	ГРОЗДОВИ ВИНА	3,8	1,8
4	0701	КАРТОФИ, ПРЕСНИ И ОХЛАДЕНИ	3,1	1,5
5	2001	ЗЕЛЕНЧУКОВИ КОНСЕРВИ С ОЦЕТ	2,1	1,0
6	0703	ЛУК,ШАЛОТ, ЧЕСЪН, ПРАЗ	2,0	1,0
7	0203	СВИНСКО МЕСО	1,9	0,9
8	0103	ЖИВИ СВИНЕ	1,8	0,9
9	2309	ХРАНА ЗА КУЧЕТА И КОТКИ	1,7	0,8
10	2008	ЗАМРАЗЕНИ ПЛОДОВЕ	1,5	0,7
11	1001	ПШЕНИЦА	1,2	0,6
12	2208	СПИРТНИ НАПИТКИ	1,2	0,6
13	1602	МЕСНИ КОНСЕРВИ	1,2	0,6
14	2205	ВЕРМУТИ	1,1	0,5
15	2203	БИРИ	1,1	0,5
16	0709	ПАТЛАДЖАНИ, ГЪБИ, ПИПЕРКИ, СПАНАК И ДР.	1,1	0,5
17	1101	БРАШНО ОТ ПШЕНИЦА ИЛИ РЪЖ	1,0	0,5
18	0702	ДОМАТИ, ПРЕСНИ И ОХЛАДЕНИ	1,0	0,5
19	0806	ГРОЗДЕ	0,7	0,3
20	0707	КРАСТАВИЦИ, КОРНИШОНИ, ПРЕСНИ, ОХЛАДЕНИ	0,7	0,3
21	1005	ЦАРЕВИЦА	0,7	0,3
22	0809	КАЙСИИ, ЧЕРЕШИ, ПРАСКОВИ ,СЛИВИ	0,6	0,3
23	2401	СУРОВ ТЮТЮН	0,6	0,3
24	0406	СИРЕНА И ИЗВАРА	0,5	0,2
25	2009	ПЛОДОВИ И ЗЕЛЕНЧУКОВИ СОКОВЕ	0,4	0,2
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ	**45,1**	**21,7**
ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ				
1	7901	НЕОБРАБОТЕН ЦИНК	10,7	5,2
2	4011	ПНЕВМАТИЧНИ ГУМИ	7,9	3,8
3	2710	НЕФТОПРОДУКТИ, ГОРИВА	7,0	3,4
4	2603	МЕДНИ РУДИ И КОНЦЕНТРАТИ	6,2	3,0
5	8708	АВТОЧАСТИ	5,6	2,7
6	2716	ЕЛЕКТРИЧЕСКА ЕНЕРГИЯ	5,6	2,7
7	8507	ЕЛЕКТРОАКУМУЛАТОРИ	5,3	2,6
8	9301	БОЙНИ ОРЪЖИЯ	5,1	2,5
9	3004	МЕДИКАМЕНТИ (НА ДРЕБНО)	3,9	1,9
10	8427	КАРИ-ПОВДИГАЧИ	3,8	1,8
11	2807	СЯРНА КИСЕЛИНА	3,6	1,7
12	7408	МЕДНИ ТЕЛОВЕ	3,2	1,5
13	2511	ЕСТЕСТВЕН БАРИЕВ СУЛФАТ И КАРБОНАТ	3,0	1,4
14	8709	КАРИ	2,9	1,4
15	7605	АЛУМИНИЕВИ ТЕЛОВЕ	2,6	1,3
16	8309	МЕТАЛНИ ОПАКОВЪЧНИ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ	2,6	1,3
17	7801	НЕОБРАБОТЕНО ОЛОВО	2,2	1,1
18	4002	СИНТЕТИЧЕН КАУЧУК	2,1	1,0
19	2912	АЛДЕХИДИ	2,1	1,0
20	5402	СИНТЕТИЧНИ ПРЕЖДИ НА ЕДРО	2,0	1,0
21	8544	ЕЛЕКТРОПРОВОДНИЦИ	2,0	1,0
22	3901	ПЪРВИЧНИ ПОЛИЕТИЛЕНИ	1,8	0,9
23	5112	ВЪЛНЕНИ ТЪКАНИ, КАМГАРНИ	1,7	0,8
24	8457	ОБРАБОТВАЩИ ЦЕНТРОВЕ	1,6	0,8
25	8414	ПОМПИ И КОМПРЕСОРИ ЗА ГАЗОВЕ,ВЕНТИЛАТОРИ	1,6	0,8
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ	**96,1**	**46,3**
		ОБЩО ЗА ВОДЕЩИТЕ СЕЛСКОСТОП. И ПРОМИШЛ. СТОКИ	**141,2**	**68,0**

Таблица 4. Водещи стоки в износа на България към страните от ЦЕФТА през 1998 г.

No	КОД по КН	ОПИСАНИЕ НА СТОКАТА	ИЗНОС	ДЯЛ
		ОБЩО ИЗНОС	**208,3**	**100,0**
СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ				
1	2204	ГРОЗДОВИ ВИНА	7,4	3,6
2	2205	ВЕРМУТИ	2,8	1,3
3	0407	ПТИЧИ ЯЙЦА С ЧЕРУПКА	2,1	1,0
4	0709	ПАТЛАДЖАНИ, ГЪБИ, ПИПЕРКИ, СПАНАК И ДР.	1,7	0,8
5	0707	КРАСТАВИЦИ, КОРНИШОНИ, ПРЕСНИ, ОХЛАДЕНИ	1,6	0,8
6	1006	ОРИЗ	1,4	0,7
7	1206	СЛЪНЧОГЛЕДОВО СЕМЕ	1,3	0,6
8	2402	ЦИГАРИ И ПУРИ	1,2	0,6
9	2401	СУРОВ ТЮТЮН	1,1	0,5
10	1211	ЛЕКАРСТВЕНИ И КОЗМЕТИЧНИ РАСТЕНИЯ	0,9	0,4
11	2303	ОТПАДЪЦИ ОТ ЗАХАРНОТО ПРОИЗВОДСТВО	0,8	0,4
12	1905	БИСКВИТИ И СЛАДКАРСКИ ИЗДЕЛИЯ	0,7	0,3
13	1702	ЛАКТОЗА, МАЛТОЗА, ФРУКТОЗА, ГЛЮКОЗА	0,7	0,3
14	2002	КОНСЕРВИРАНИ ДОМАТИ	0,5	0,2
15	0602	ЖИВИ РАСТЕНИЯ	0,4	0,2
16	2001	ЗЕЛЕНЧУКОВИ КОНСЕРВИ С ОЦЕТ	0,4	0,2
17	0811	ПЛОДОВЕ ВЪВ ВОДА ИЛИ ЗАМРАЗЕНИ	0,4	0,2
18	0710	ЗЕЛЕНЧУЦИ ВЪВ ВОДА ИЛИ ЗАМРАЗЕНИ	0,4	0,2
19	0303	ЗАМРАЗЕНИ РИБИ	0,4	0,2
20	2309	ХРАНА ЗА КУЧЕТА И КОТКИ	0,3	0,1
21	0409	ЕСТЕСТВЕН МЕД	0,3	0,1
22	0813	СУШЕНИ ПЛОДОВЕ	0,3	0,1
23	0207	ПТИЧЕ МЕСО И КАРАНТИИ	0,3	0,1
24	1001	ПШЕНИЦА	0,3	0,1
25	2105	СЛАДОЛЕД	0,3	0,1
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ	**28,0**	**13,4**
ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ				
1	8901	ТРАНСПОРТНИ КОРАБИ	33,9	16,3
2	2710	НЕФТОПРОДУКТИ, ГОРИВА	33,8	16,2
3	7901	НЕОБРАБОТЕН ЦИНК	13,6	6,5
4	8427	КАРИ-ПОВДИГАЧИ	6,6	3,2
5	8431	ЧАСТИ ЗА ПОДЕМНИ И ЗЕМЕКОПНИ МАШИНИ	6,1	2,9
6	2814	АМОНЯК, АМОНЯЧНА ВОДА	3,7	1,8
7	3004	МЕДИКАМЕНТИ (НА ДРЕБНО)	3,4	1,6
8	4703	ЦЕЛУЛОЗА, НАТРОНОВА ИЛИ СУЛФАТНА	3,1	1,5
9	7307	ТРЪБОПРОВОДНИ ФИТИНГИ	2,5	1,2
10	5509	СИНТЕТИЧНИ ЩАПЕЛНИ ПРЕЖДИ НА ЕДРО	2,4	1,2
11	7801	НЕОБРАБОТЕНО ОЛОВО	2,2	1,1
12	2836	КАРБОНАТИ,ПЕРКАРБОНАТИ	2,2	1,1
13	7207	ПОЛУПРОДУКТИ ОТ ЖЕЛЯЗО И СТОМАНА	2,2	1,1
14	2912	АЛДЕХИДИ	2,1	1,0
15	7403	РАФИНИРАНА МЕД И СПЛАВИ	2,1	1,0
16	8708	АВТОЧАСТИ	1,9	0,9
17	4002	СИНТЕТИЧЕН КАУЧУК	1,9	0,9
18	2603	МЕДНИ РУДИ И КОНЦЕНТРАТИ	1,5	0,7
19	2507	КАОЛИН	1,4	0,7
20	6203	МЪЖКИ КОСТЮМИ, САКА ,ПАНТАЛОНИ	1,1	0,5
21	8701	ТРАКТОРИ	1,1	0,5
22	8425	КРИКОВЕ, ЛЕБЕДКИ, ПОЛИСПАСТИ	1,0	0,5
23	5515	РАЗНИ СИНТЕТИЧНИ ЩАПЕЛНИ ТЪКАНИ	1,0	0,5
24	5403	ИЗКУСТВЕНИ ПРЕЖДИ НА ЕДРО	1,0	0,5
25	5501	КАБЕЛИ ОТ СИНТЕТИЧНИ НИШКИ	0,9	0,4
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ	**132,7**	**63,7**
		ОБЩО ЗА ВОДЕЩИТЕ СЕЛСКОСТОП. И ПРОМИШЛ. СТОКИ	**160,7**	**77,1**

Таблица 5. Водещи стоки в износа на България към страните от ЦЕФТА през 2006 г.

No	КОД по КН	ОПИСАНИЕ НА СТОКАТА	ИЗНОС	ДЯЛ
		ОБЩО ИЗНОС	**1281,5**	**100,0**
СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ				
1	1905	БИСКВИТИ И СЛАДКАРСКИ ИЗДЕЛИЯ	35,5	2,8
2	2204	ГРОЗДОВИ ВИНА	22,6	1,8
3	1001	ПШЕНИЦА	12,1	0,9
4	2106	ПРОТЕИНОВИ КОНЦЕНТРАТИ И ДР.	7,9	0,6
5	2008	ЗАМРАЗЕНИ ПЛОДОВЕ	6,1	0,5
6	1003	ЕЧЕМИК	5,1	0,4
7	2401	СУРОВ ТЮТЮН	4,5	0,4
8	1806	ШОКОЛАДИ	2,9	0,2
9	1206	СЛЪНЧОГЛЕДОВО СЕМЕ	2,8	0,2
10	1005	ЦАРЕВИЦА	2,3	0,2
11	1702	ЛАКТОЗА, МАЛТОЗА, ФРУКТОЗА, ГЛЮКОЗА	2,3	0,2
12	2208	СПИРТНИ НАПИТКИ	2,1	0,2
13	2202	БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ	1,9	0,1
14	0811	ПЛОДОВЕ ВЪВ ВОДА ИЛИ ЗАМРАЗЕНИ	1,7	0,1
15	2309	ХРАНА ЗА КУЧЕТА И КОТКИ	1,7	0,1
16	0901	КАФЕ	1,4	0,1
17	0707	КРАСТАВИЦИ, КОРНИШОНИ, ПРЕСНИ, ОХЛАДЕНИ	1,3	0,1
18	2001	ЗЕЛЕНЧУКОВИ КОНСЕРВИ С ОЦЕТ	1,1	0,1
19	1805	КАКАО НА ПРАХ	1,1	0,1
20	1211	ЛЕКАРСТВЕНИ И КОЗМЕТИЧНИ РАСТЕНИЯ	1,1	0,1
21	0409	ЕСТЕСТВЕН МЕД	1,0	0,1
22	0406	СИРЕНА И ИЗВАРА	1,0	0,1
23	2205	ВЕРМУТИ	0,9	0,1
24	2101	ЕКСТРАКТИ ОТ КАФЕ, ЧАЙ И ДР.	0,9	0,1
25	1704	ЗАХАРНИ ИЗДЕЛИЯ БЕЗ КАКАО	0,9	0,1
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ	**122,2**	**9,5**
ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ				
1	2710	НЕФТОПРОДУКТИ, ГОРИВА	121,6	9,5
2	7402	НЕРАФИНИРАНА МЕД	74,8	5,8
3	7208	ГОРЕЩО ПЛОСКОВАЛЦОВАНО ЖЕЛЯЗО НАД 600ММ	71,3	5,6
4	7403	РАФИНИРАНА МЕД И СПЛАВИ	52,3	4,1
5	2716	ЕЛЕКТРИЧЕСКА ЕНЕРГИЯ	51,2	4,0
6	2836	КАРБОНАТИ, ПЕРКАРБОНАТИ	35,1	2,7
7	8544	ЕЛЕКТРОПРОВОДНИЦИ	25,6	2,0
8	8606	ТОВАРНИ ВАГОНИ	21,7	1,7
9	8431	ЧАСТИ ЗА ПОДЕМНИ И ЗЕМЕКОПНИ МАШИНИ	20,8	1,6
10	5509	СИНТЕТИЧНИ ЩАПЕЛНИ ПРЕЖДИ НА ЕДРО	18,8	1,5
11	7901	НЕОБРАБОТЕН ЦИНК	17,8	1,4
12	7306	РАЗНИ ТРЪБИ	16,7	1,3
13	6107	МЪЖКО ДОЛНО БЕЛЬО, ТРИКОТАЖНО	14,4	1,1
14	7407	МЕДНИ ПРЪТИ И ПРОФИЛИ	13,6	1,1
15	6403	КОЖЕНИ ОБУВКИ	11,9	0,9
16	6106	ДАМСКИ БЛУЗИ И ДР., ТРИКОТАЖНИ	10,8	0,8
17	3907	ПЪРВИЧНИ ПОЛИАЦЕТАЛИ,ПОЛИЕСТЕРИ И ДР.	10,7	0,8
18	6108	ДАМСКО ДоЛНО БЕЛЬО, ТРИКОТАЖНО	10,4	0,8
19	8507	ЕЛЕКТРОАКУМУЛАТОРИ	10,2	0,8
20	7010	СТЪКЛЕН АМБАЛАЖ	10,1	0,8
21	3923	ПЛАСТМАСОВИ ОПАКОВКИ	9,7	0,8
22	6203	МЪЖКИ КОСТЮМИ, САКА, ПАНТАЛОНИ	9,4	0,7
23	7607	АЛУМИНИЕВИ ТЪНКИ ЛИСТОВЕ И ЛЕНТИ	9,1	0,7
24	8516	ЕЛЕКТРОНАГРЕВАТЕЛНО ОБОРУДВАНЕ И ПРИБОРИ	9,1	0,7
25	8427	КАРИ-ПОВДИГАЧИ	8,8	0,7
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ	**665,9**	**52,0**
		ОБЩО ЗА ВОДЕЩИТЕ СЕЛСКОСТОП. И ПРОМИШЛ. СТОКИ	**788,1**	**61,5**

С отварянето на пазарите на страните от ЦЕФТА, за български стоки се установяват следните тенденции в отрасловата експортна структура:

Положителни са:

➢ *Експортната структура от периода 1992 – 1998 г. в основни линии се запазва, като на по-голямата част от стоковите позиции обемът нараства. Водещи в това отношение са отраслите ММСпл, ШП, ЧМР, СПФП, ДДП и ТТП, които към 2006 г.*

реализират ръст в пъти.

Негативни са:

➢ *Загубените в износа стокови позиции спрямо периода 1986 – 1990 г. не са възстановени до 2006 г. вкл.* ***Оценката на стойността на загубения пазарен дял в страните от ЦЕФТА за 2006 г., спрямо върховата в експорта 1988 г. е в размер на 593 млн. щ.д., като е отчетена с натрупване средно годишната инфлация за периода.***

➢ *Силно намалените дялови позиции в износа на групи стоки със сравнително висока добавена стойност в края на периода 1992 – 1998 г. не се възстановяват и обема им продължава да пада.*

➢ *Българската експортна структура към страните на ЦЕФТА след 1990 г. бързо губи специализация и към днешна дата се състои предимно от суровини, материали, енергоносители, полупродукти и малка част от крайни продукти – повечето от тях с ниска добавена стойност. Това съществено допринася за голямото отрицателно търговско салдо с тези страни.*

Внос

Водещи отрасли във вноса за 1992 г. с отн. дял по-голям от 5 % са: ХКП с отн. дял 45.7 %, ММП с отн. дял 21.8 %, ЧМР с отн. дял 8.3 %, ЕЕП с отн. дял 6.7 %, ХВП с отн. дял 5.5 %. Сумарно общия дял на водещите отрасли е 88.0 %, а на отраслите с отн. дял над 1% е 91.0 % (табл. 6).

Таблица 6. Водещи отрасли във вноса за 2006 г. и индекси на физическия им обем спрямо 1992 г.

Отрасли	Относителен дял (%)		Индекс (%)
	1992 г.	2006 г.	2006 г.
ХКП	45.7	37.8	461.3
ММП	21.8	16.4	420.5
ЕЕП	6.7	11.6	966.8
ЧМР	8.3	4.6	311.5
ХВП	5.5	5.6	566.8
ЦХП	1.2	3.3	1516.4
ТПП	0.8	1.8	1252.4
СПФП	0.9	1.5	931.0
ААСпл	1.8	1.7	506.6
ДДП	0.3	3.6	6009.0

Водещи стоки във вноса за 1992 г.:

• Водещи селскостопански стоки са: ориз, захар, плодови и зеленчукови сокове, свинско месо, живи домашни птици, пшеница, шоколади, масло, мляко и сметана и т.н. Сумарният дял на водещите двадесет и пет стоки е 5.8 %, на стойност 13.9 млн. щ.д.

• Водещи промишлени стоки са: нефтопродукти, медикаменти,

авточасти, ел.енергия, дизелови двигатели, леки автомобили, ядрени реактори, първични пропилени, необработен алуминий, електропещи, автобуси и тролейбуси и т.н. Сумарният дял на водещите двадесет и пет стоки е 62.2 %, на стойност 144.6 млн. щ.д. (табл. 7).

Анализът на импортната структура на страните от ЦЕФТА за периода до приемането на България за член, т.е. от 1992 до 01.01.1999 г., показва, че са налице следните факти и тенденции:

- *Делът на импорта на водещите селскостопански стоки за периода 1992 – 1998 г. е от порядъка на 5 – 6 %. Това допринася за малкия дял във вноса на стоки с ниска добавена стойност.*
- *В импортната структура на водещите промишлени стоки делът на групите стоки с висока добавена стойност е съществено по-голям от същия в експортната структура на България (табл. 8).*

Таблица 7. Водещи стоки във вноса на България от страните от ЦЕФТА през 1992 г.

No	КОД по КН	ОПИСАНИЕ НА СТОКАТА	ВНОС	ДЯЛ
		ОБЩО ВНОС	**240,0**	**100,0**
СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ				
1	1006	ОРИЗ	6,2	2,6
2	1701	ЗАХАР, ЗАХАРОЗА	1,1	0,5
3	2009	ПЛОДОВИ И ЗЕЛЕНЧУКОВИ СОКОВЕ	0,8	0,3
4	0203	СВИНСКО МЕСО	0,8	0,3
5	0105	ЖИВИ ДОМАШНИ ПТИЦИ	0,6	0,2
6	1001	ПШЕНИЦА	0,5	0,2
7	1806	ШОКОЛАДИ	0,5	0,2
8	0405	МАСЛО	0,4	0,2
9	0402	МЛЯКО И СМЕТАНА,КОНЦЕНТР., ПОДСЛАДЕНИ	0,4	0,2
10	1703	ЗАХАРНА МЕЛАСА	0,3	0,1
11	0406	СИРЕНА И ИЗВАРА	0,3	0,1
12	2402	ЦИГАРИ И ПУРИ	0,3	0,1
13	0504	ЧЕРВА, ПИКОЧНИ МЕХУРИ И ДР.	0,3	0,1
14	2207	ЕТИЛОВ АЛКОХОЛ	0,3	0,1
15	1901	ХРАНИ ОТ БРАШНО, ГРИС, НИШЕСТЕ И ДР.	0,1	0,0
16	0901	КАФЕ	0,1	0,0
17	0407	ПТИЧИ ЯЙЦА С ЧЕРУПКА	0,1	0,0
18	2203	БИРИ	0,1	0,0
19	2208	СПИРТНИ НАПИТКИ	0,1	0,0
20	1517	МАРГАРИНИ	0,1	0,0
21	1514	РАПИЧНО, РЕПИЧНО, СИНАПЕНО МАСЛО	0,1	0,0
22	1905	БИСКВИТИ И СЛАДКАРСКИ ИЗДЕЛИЯ	0,1	0,0
23	0703	ЛУК, ШАЛОТ, ЧЕСЪН, ПРАЗ	0,1	0,0
24	0601	ЛУКОВИЦИ, ГРУДКИ, КОРЕНИ	0,1	0,0
25	2202	БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ	0,1	0,0
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ	**13,9**	**5,8**
ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ				
1	2710	НЕФТОПРОДУКТИ, ГОРИВА	64,4	26,8
2	3004	МЕДИКАМЕНТИ (НА ДРЕБНО)	7,3	3,0
3	8708	АВТОЧАСТИ	6,5	2,7
4	2716	ЕЛЕКТРИЧЕСКА ЕНЕРГИЯ	5,2	2,2
5	8408	ДИЗЕЛОВИ ДВИГАТЕЛИ	5,2	2,2
6	8703	ЛЕКИ АВТОМОБИЛИ	4,3	1,8
7	8401	ЯДРЕНИ РЕАКТОРИ	3,8	1,6
8	7601	НЕОБРАБОТЕН АЛУМИНИЙ	3,7	1,5
9	7213	ВАЛЦДРАТ	3,6	1,5
10	3902	ПЪРВИЧНИ ПОЛИПРОПИЛЕНИ	3,5	1,5
11	7304	СТОМАНЕНИ ТРЪБИ И КУХИ ПРОФИЛИ, БЕЗШЕВНИ	3,3	1,4
12	8528	ТЕЛЕВИЗИОННИ ПРИЕМНИЦИ	3,3	1,4
13	8514	ЕЛЕКТРОПЕЩИ	3,2	1,3
14	3901	ПЪРВИЧНИ ПОЛИЕТИЛЕНИ	3,1	1,3
15	7209	СТУДЕНО ПЛОСКОВАЛЦОВАНО ЖЕЛЯЗО НАД 600ММ	2,5	1,0
16	8428	РАЗНИ ПОДЕМНОТРАНСПОРТНИ МАШИНИ	2,4	1,0
17	8607	ЧАСТИ ЗА ЖП ПОДВИЖЕН СЪСТАВ	2,4	1,0
18	2905	АЦИКЛЕНИ АЛКОХОЛИ И ПРОИЗВОДНИ	2,4	1,0
19	7207	ПОЛУПРОДУКТИ ОТ ЖЕЛЯЗО И СТОМАНА	2,3	1,0
20	8414	ПОМПИ И КОМПРЕСОРИ ЗА ГАЗОВЕ, ВЕНТИЛАТОРИ	2,2	0,9
21	2704	КОКСОВЕ И ПОЛУКОКСОВЕ	2,2	0,9
22	8409	ЧАСТИ ЗА ДВИГАТЕЛИ С ВЪТРЕШНО ГОРЕНЕ	2,1	0,9
23	7403	РАФИНИРАНА МЕД И СПЛАВИ	1,9	0,8
24	2501	СОЛ	1,9	0,8
25	8702	АВТОБУСИ, ТРОЛЕЙБУСИ	1,9	0,8
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ	**144,6**	**60,2**
		ОБЩО ЗА ВОДЕЩИТЕ СЕЛСКОСТОП. И ПРОМИШЛ. СТОКИ	**158,5**	**66,0**

➢ *Към 1998 г. повечето импортни отрасли бележат ръст над 100 % на физическия обем спрямо 1992 г. В това отношение водещи са: ЕЕП – 152 %; ЦХП – 508 %; ТТП – 579 %; СПФП – 152 %; ХВП – 247 % и ЧМР – 166 %. Независимо от спада на вноса в останалите отрасли, достигането за 1998 г. на 98 % от физическия обем на 1992 г. показва, че още преди 01.01.1999 г. има сериозен експортен натиск на страните от ЦЕФТА към българския пазар* (табл. 6 и 8).

Таблица 8. Таблица 8. Водещи стоки във вноса на България от страните от ЦЕФТА през 1998 г.

No	КОД по КН	ОПИСАНИЕ НА СТОКАТА	ВНОС	ДЯЛ
		ОБЩО ВНОС	**278,9**	**100,0**
СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ				
1	0202	МЕСО ОТ ЕДЪР РОГАТ ДОБИТЪК, ЗАМРАЗЕНО	5,4	1,9
2	1512	СЛЪНЧОГЛЕДОВО, ПАМУЧНО, ШАФРАНОВО МАСЛО	1,4	0,5
3	2207	ЕТИЛОВ АЛКОХОЛ	1,1	0,4
4	1005	ЦАРЕВИЦА	1,0	0,4
5	0105	ЖИВИ ДОМАШНИ ПТИЦИ	0,9	0,3
6	0406	СИРЕНА И ИЗВАРА	0,9	0,3
7	0402	МЛЯКО И СМЕТАНА, КОНЦЕНТР., ПОДСЛАДЕНИ	0,8	0,3
8	0203	СВИНСКО МЕСО	0,8	0,3
9	2005	ЗЕЛЕНЧУКОВИ КОНСЕРВИ БЕЗ ОЦЕТ	0,7	0,3
10	0701	КАРТОФИ, ПРЕСНИ И ОХЛАДЕНИ	0,7	0,3
11	1806	ШОКОЛАДИ	0,6	0,2
12	1904	ХРАНИ ОТ ЗЪРНЕНИ ИЗДЕЛИЯ	0,6	0,2
13	1206	СЛЪНЧОГЛЕДОВО СЕМЕ	0,6	0,2
14	1704	ЗАХАРНИ ИЗДЕЛИЯ БЕЗ КАКАО	0,5	0,2
15	0404	СУРОВАТКА	0,5	0,2
16	1701	ЗАХАР, ЗАХАРОЗА	0,4	0,1
17	1517	МАРГАРИНИ	0,4	0,1
18	2007	КОНФИТЮРИ, МАРМЕЛАДИ, ЖЕЛЕТА И ДР.	0,3	0,1
19	1602	МЕСНИ КОНСЕРВИ	0,3	0,1
20	1801	КАКАО НА ЗЪРНА, СУРОВО ИЛИ ПЕЧЕНО	0,3	0,1
21	2009	ПЛОДОВИ И ЗЕЛЕНЧУКОВИ СОКОВЕ	0,3	0,1
22	1905	БИСКВИТИ И СЛАДКАРСКИ ИЗДЕЛИЯ	0,3	0,1
23	2004	ЗАМРАЗЕНИ ЗЕЛЕНЧУЦИ	0,3	0,1
24	2106	ПРОТЕИНОВИ КОНЦЕНТРАТИ И ДР.	0,3	0,1
25	1901	ХРАНИ ОТ БРАШНО, ГРИС, НИШЕСТЕ И ДР.	0,2	0,1
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ	**19,6**	**7,0**
ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ				
1	4011	ПНЕВМАТИЧНИ ГУМИ	15,8	5,7
2	2710	НЕФТОПРОДУКТИ, ГОРИВА	15,0	5,4
3	7204	ЖЕЛЕЗНИ ОТПАДЪЦИ	12,3	4,4
4	3004	МЕДИКАМЕНТИ (НА ДРЕБНО)	7,0	2,5
5	3402	МИЕЩИ И ПЕРИЛНИ ПРЕПАРАТИ	6,3	2,3
6	7302	ДЕТАЙЛИ ЗА ЖП ЛИНИИ	6,1	2,2
7	5309	ЛЕНЕНИ ТЪКАНИ	5,1	1,8
8	2701	КАМЕННИ ВЪГЛИЩА, БРИКЕТИ	4,7	1,7
9	8708	АВТОЧАСТИ	4,6	1,6
10	4810	ГРУНДИРАНА ХАРТИЯ И КАРТОН	4,4	1,6
11	7213	ВАЛЦДРАТ	3,6	1,3
12	8607	ЧАСТИ ЗА ЖП ПОДВИЖЕН СЪСТАВ	3,6	1,3
13	4801	ВЕСТНИКАРСКА ХАРТИЯ	3,6	1,3
14	8703	ЛЕКИ АВТОМОБИЛИ	3,5	1,3
15	8704	ТОВАРНИ АВТОМОБИЛИ	3,2	1,1
16	8481	ФИТИНГИ, АРМАТУРА	3,1	1,1
17	8409	ЧАСТИ ЗА ДВИГАТЕЛИ С ВЪТРЕШНО ГОРЕНЕ	3,0	1,1
18	5111	ВЪЛНЕНИ ТЪКАНИ, ЩТРАЙХГАРНИ	2,9	1,0
19	7304	СТОМАНЕНИ ТРЪБИ И КУХИ ПРОФИЛИ, БЕЗШЕВНИ	2,8	1,0
20	2607	ОЛОВНИ РУДИ И КОНЦЕНТРАТИ	2,5	0,9
21	3904	ПЪРВИЧНИ ПОЛИВИНИЛХЛОРИДИ	2,5	0,9
22	5112	ВЪЛНЕНИ ТЪКАНИ, КАМГАРНИ	2,4	0,9
23	2905	АЦИКЛЕНИ АЛКОХОЛИ И ПРОИЗВОДНИ	2,4	0,9
24	7214	ЖЕЛЕЗНИ ПРЪТИ	2,1	0,8
25	3923	ПЛАСТМАСОВИ ОПАКОВКИ	2,0	0,7
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ	**124,5**	**44,6**
		ОБЩО ЗА ВОДЕЩИТЕ СЕЛСКОСТОП. И ПРОМИШЛ. СТОКИ	**144,1**	**51,7**

Таблица 9. Водещи стоки във вноса на България от страните от ЦЕФТА през 2006 г.

No	КОД по КН	ОПИСАНИЕ НА СТОКАТА	ВНОС	ДЯЛ
		ОБЩО ВНОС	**2224,6**	**100,0**
СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ				
1	0104	ЖИВИ ОВЦЕ И КОЗИ	24,0	1,1
2	1905	БИСКВИТИ И СЛАДКАРСКИ ИЗДЕЛИЯ	13,5	0,6
3	2101	ЕКСТРАКТИ ОТ КАФЕ, ЧАЙ И ДР.	11,0	0,5
4	2106	ПРОТЕИНОВИ КОНЦЕНТРАТИ И ДР.	10,6	0,5
5	2202	БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ	7,7	0,3
6	0402	МЛЯКО И СМЕТАНА, КОНЦЕНТР., ПОДСЛАДЕНИ	7,6	0,3
7	1507	СОЕВО МАСЛО	6,3	0,3
8	2309	ХРАНА ЗА КУЧЕТА И КОТКИ	5,9	0,3
9	0209	СЛАНИНА ,ПТИЧА МАС	5,8	0,3
10	1806	ШОКОЛАДИ	5,5	0,2
11	1005	ЦАРЕВИЦА	4,2	0,2
12	1803	КАКАОВА МАСА	3,1	0,1
13	0406	СИРЕНА И ИЗВАРА	2,9	0,1
14	1701	ЗАХАР, ЗАХАРОЗА	2,7	0,1
15	1904	ХРАНИ ОТ ЗЪРНЕНИ ИЗДЕЛИЯ	2,6	0,1
16	0203	СВИНСКО МЕСО	2,6	0,1
17	2104	ПРЕПАРАТИ ЗА СУПИ И БУЛЬОНИ	2,6	0,1
18	2102	МАЯ, НАБУХВАТЕЛИ	2,4	0,1
19	2005	ЗЕЛЕНЧУКОВИ КОНСЕРВИ БЕЗ ОЦЕТ	2,3	0,1
20	0901	КАФЕ	2,3	0,1
21	2009	ПЛОДОВИ И ЗЕЛЕНЧУКОВИ СОКОВЕ	2,1	0,1
22	0202	МЕСО ОТ ЕДЪР РОГАТ ДОБИТЪК, ЗАМРАЗЕНО	2,1	0,1
23	2103	СОСОВЕ, ГОРЧИЦА И ДР.	1,7	0,1
24	0404	СУРОВАТКА	1,6	0,1
25	2008	ЗАМРАЗЕНИ ПЛОДОВЕ	1,6	0,1
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ СЕЛСКОСТОПАНСКИ СТОКИ	**134,7**	**6,1**
ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ				
1	2710	НЕФТОПРОДУКТИ, ГОРИВА	301,7	13,6
2	8703	ЛЕКИ АВТОМОБИЛИ	116,3	5,2
3	2711	ГАЗ, ПРИРОДЕН И НЕФТЕН	89,0	4,0
4	3004	МЕДИКАМЕНТИ (НА ДРЕБНО)	78,7	3,5
5	2608	ЦИНКОВИ РУДИ И КОНЦЕНТРАТИ	57,6	2,6
6	8528	ТЕЛЕВИЗИОННИ ПРИЕМНИЦИ	42,9	1,9
7	2603	МЕДНИ РУДИ И КОНЦЕНТРАТИ	42,4	1,9
8	4011	ПНЕВМАТИЧНИ ГУМИ	37,3	1,7
9	8418	ХЛАДИЛНИ МАШИНИ	35,7	1,6
10	3402	МИЕЩИ И ПЕРИЛНИ ПРЕПАРАТИ	35,1	1,6
11	9403	БИТОВИ И КАНЦЕЛАРСКИ МЕБЕЛИ	35,0	1,6
12	8544	ЕЛЕКТРОПРОВОДНИЦИ	32,2	1,4
13	8471	ЕЛЕКТРОННИ ИЗЧИСЛИТЕЛНИ МАШИНИ	28,8	1,3
14	7204	ЖЕЛЕЗНИ ОТПАДЪЦИ	26,5	1,2
15	3904	ПЪРВИЧНИ ПОЛИВИНИЛХЛОРИДИ	26,0	1,2
16	7404	МЕДНИ ОТПАДЪЦИ	24,8	1,1
17	8525	РАДИО- И ТЕЛЕВИЗИОННИ ПРЕДАВАТЕЛИ	23,2	1,0
18	8516	ЕЛЕКТРОНАГРЕВАТЕЛНО ОБОРУДВАНЕ И ПРИБОРИ	20,8	0,9
19	3917	ПЛАСТМАСОВИ ТРЪБИ И МАРКУЧИ	20,2	0,9
20	3901	ПЪРВИЧНИ ПОЛИЕТИЛЕНИ	17,5	0,8
21	5105	ЩРАЙХГАРНА И КАМГАРНА ВЪЛНА И КОСМИ	16,9	0,8
22	3902	ПЪРВИЧНИ ПОЛИПРОПИЛЕНИ	16,4	0,7
23	2607	ОЛОВНИ РУДИ И КОНЦЕНТРАТИ	16,2	0,7
24	7214	ЖЕЛЕЗНИ ПРЪТИ	15,9	0,7
25	4802	ХАРТИИ ЗА ГРАФИЧНИ И ТЕХНИЧ.ЦЕЛИ НА ЕДРО	15,7	0,7
		ОБЩО ЗА 25-ТЕ ВОДЕЩИ ПРОМИШЛЕНИ СТОКИ	**1172,8**	**52,7**
		ОБЩО ЗА ВОДЕЩИТЕ СЕЛСКОСТОП. И ПРОМИШЛ. СТОКИ	**1307,5**	**58,8**

Водещи стоки във вноса за 2006 г.:

- Водещи селскостопански стоки са: живи овце, сладкарски изделия, екстракти от кафе и чай, протеинови концентрати, безалкохолни напитки, мляко и сметана, соево масло, свинско месо, храна за кучета и котки и т.н. Сумарният дял на водещите двадесет и пет стоки е 6.1 %, на стойност 134.7 млн. щ.д.
- Водещи промишлени стоки са: нефтопродукти, леки автомобили, газ, медикаменти, цинкови руди, телевизионни приемници, медни руди, пневматични гуми, хладилни машини, миещи и перилни препарати, електропроводници, електронноизчислителни машини и т.н. Сумарният дял на водещите двадесет и пет стоки е 52.7 %, на стойност 1172.8 млн. щ.д. (табл. 9).

След приемането на България за член на ЦЕФТА в импорта се наблюдават следните факти и тенденции:

- *Запазване и увеличаване броя на водещите отрасли.*
- *При всички отрасли започва бърз растеж на вноса, достигащ в края на периода 1999 – 2008 г. в пъти спрямо предходния период.*
- *Разширяваща се стокова номенклатура.*
- *Запазване на малък дял на селскостопанските стоки, т.е. на стоките с ниска добавена стойност.*
- *Голямо присъствие на стоки с висока степен на преработка и висока добавена стойност в промишлените стокови позиции.*

Заключение:

Констатираните силно негативни тенденции в стокообмена на България със страните от ЦЕФТА (бивши членове на СИВ) са следствие от външните и вътрешни политико – икономически условия в периода 1986 - 2008 г. По-важните причини за това състояние на износа и вноса са:

1. В периода 1986-1990 г. специализацията на България по линия членството й в СИВ и политическите договорености са й осигурявали равностойни пазарни дялове. В експортната структура присъстват значителен брой групи стоки със средна и висока добавена стойност.

2. От 1991 г., с разпадането на СИВ, България започва бързо да губи специализация по отношение на традиционни производства и производства със средна и висока добавена стойност и съответни пазарни дялове.

3. След 1990 г. страните от ЦЕФТА не само запазват специализацията си, а с бърза приватизация, чрез привличане на чуждестранни стратегически инвеститори, постигат развитие и конкурентност. При повечето от тях основния приватизационен процес завършва 1993 г. Поради тези причини те успяват да окажат експортен натиск към България още преди приемането й в ЦЕФТА и към 1999 г. да възстановят напълно пазарния си дял от преди 1991 г. Към днешна дата импортната структура и превъзхождащия над два

пъти обем на вноса над износа показват, че страните от ЦЕФТА са със значително по-висок ресурсен и технологичен потенциал и съответстваща конкуретноспособност, определяща много по-добри експортни възможности по отношение стоковото многообразие, количеството и качеството.

4. Българската приватизация започва близо седем години след тази на страните от ЦЕФТА и се провежда, без да бъдат привлечени чуждестранни стратегически инвеститори. Тези причини създават условия в периода до 2000 г. да се ликвидират повечето високотехнологични производства и производства с висока добавена стойност. След така извършената приватизация, водещите производства са предимно в преработвателната промишленост и други с ниска добавена

стойност. Тези факти обясняват казаното в точка 2., бавните темпове на възстановяване на пазарния дял в страните от ЦЕФТА до 1999 г. и в пъти по–бавните темпове на износа спрямо вноса в следващите години.

Сключеното споразумение за свободна търговия със страните от ЦЕФТА безспорно има значителен ефект за ръстта на износа, но за съжаление има в пъти по-голям ефект за нарастването на отрицателното търговско салдо. Аналогичен е случаят с членството на България в ЕС[1]**.** Основен принос за отрицателните резултатите от двете споразумения за свободна търговия е пропуснатия исторически шанс на България да извърши навременни структурна реформа и ефективна приватизация. Отварянето на икономиката й, преди тя да бъде подготвена за това, донесе много сериозни икономически негативи. Най-лошото е, че и до ден днешен в икономическите програми на правителствата на България няма ясни и прагматични насоки за бързо или въобще за преодоляване на тези негативи. **Проблемът с изключително големия търговски дефицит със страните от ЦЕФТА, ЕС и други страни не може да бъде решен, без да се направи политически консенсосна национална икономическа програма за създаване на благоприятни (конкурентни) условия за развитие на експортно ориентирани производства, базирани на българските традиции в това отношение и на сериозни чужди инвестиции за създаване на производства с висока добавена стойност, в т.ч. и на високо технологични производства.**

[1] Тасев Ал., Външнотърговският стокообмен на България със страните от ЕС и ЕАСТ, 1988 – 2003 г., сп. Икономически изследвания, кн. 4, С., 2007 г.

Таблица 10. Съкращения на имената на отраслите и други съкращения

РАСТ - Растениевъдство	**ХВП -** Хранително-вкусова промишленост
ЖИВ - Животновъдство	**МП -** Месна промишленост
ЕТ - Електроенергия и топлоенергия	**КП -** Консервна промишленост
КаП - Каменовъглена промишленост	**МлП -** Млечна промишленост
ЧМР - Черна металургия и рудодобив	**ВСП -** Вино и спиртни напитки
ММЕП - Машиностроителна,металообработваща и електронна промишленост	**ТП -** Тютюнева промишленост
ММП - Машиностроителна и металообработваща промишленост	**ДрХП -** Други хранителни продукти
ЕЕП - Електротехническа и електронна промишленост	**НЕКЛ -** Некласифицирани
ХКП - Химическа и каучукова промишленост	**РВЖ -** Риба и др.водни животни
ПСМ - Промишленост за строителни материали	**ДНМС -** Други неметални материали и суровини, некласифицирани другаде
ДДП - Дърбодобивна и дървообработваща промишленост	**БМ -** Благородни метали
ЦХП - Целулозно-хартиена промишленост	**ААСпл -** Алуминий и алуминиеви сплави, полупродукти от тях
СПФП - Стъкларска и порцеланово-фаянсова промишленост	**ОлЦК -** Олово, цинк, калай и техните сплави, полупродукти от тях
ТТП - Текстилна и трикотажна промишленост	Мед и медни сплави, полупродукти о тях – **ММСпл**
ШП - Шивашка промишленост	**ДЦМСпл -** Други цветни метали и техните сплави, полупродукти от тях
ККП - Кожарска, кожухарска и обувна промишленост	**КН -** Комбинирана номенклатура на митническата тарифа
ПП - Полиграфическа промишленост	**Вер. -** Верижен
Кор. - Коригиран	**Отн. -** Относителен

Информационни източници:

1. Интернет сайт на Българската народна банка: http://www.bnb.bg
2. Интернет сайт на Националния статистически институт: http://www.nsi.bg
3. Статистически годишници на НСИ, 1986 - 2009 г.
4. International Monetary Fund – International Financial Statistics, 1986 – 2008

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

доц. д-р СВОБОДА ТОШЕВА
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

ТЪРГОВСКО-ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ОТНОШЕНИЯ НА БЪЛГАРИЯ С РАЗВИВАЩИТЕ СЕ СТРАНИ: НЯКОИ АСПЕКТИ И ПЕРСПЕКТИВИ

BULGARIA'S TRADE AND ECONOMIC RELATIONS WITH THE DEVELOPING COUNTRIES: SOME ASPECTS AND PERSPECTIVES

Associate Prof. Dr. SVOBODA TOSHEVA
SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract. The topic of Bulgaria's international economic relations and development of cooperation with the developing countries in Asia, Africa and Latin America is explicitly a problem of the present day. In the course of its transition to a market-oriented economy, when the whole international economic strategy of Bulgaria was aimed at achieving of a full membership in the European Union, its relations with the developing countries were not simply put on a back stage, totally abandoned. The lack of an in-depth analysis of the changes in the social and economic development of the developing countries, of the regional and economic unions which were formed, gave also a negative impact on the defining of Bulgaria's international economic policy and especially in this important field of the international economic relations. In the mean time, Bulgaria become a member of the European Union, and as a member of the European union, it has to make and implement some commitments for supporting of the developing countries in overcoming of poverty, backwardness and a whole range of severe social problems.
Key words: trade and economic relations, developing countries

Темата за външно-икономическите отношения на България и развитието на сътрудничеството с развиващите се страни от Азия, Африка и Латинска Америка днес е особено актуална. През годините на прехода, когато цялостната външноикономическа стратегия на България бе ориентирана изцяло към постигане на пълноправно членство в Европейския Съюз отношенията с развиващите се страни не само бяха поставени на заден план, но и напълно изоставени. Липсата на задълбочен анализ на промените в социално-икономическото развитие на развиващите се страни, на формиращите се регионални икономически и други групировки също даде негативно отражение върху определяне на приоритетите на българската външноикономическа политика и в тази важна област на международните икономически отношения. В същото време понастоящем България като членка на Европейския Съюз следва да изпълнява определени ангажименти за подпомагане на развиващите се страни в преодоляването на бедността, изостаналостта и редица остри социални проблеми.

От гледна точка на определени социално-икономически показатели и аспекти в развитието на България обаче може да се види, че тя се доближава в определена степен до развиващите се страни. Налице е силно обедняване на голяма част от населението.Така например по неофициални данни около 1 млн. българи живеят в условия на бедност. Доходът на човек от населението е между най-ниските нива за страните-членки на Европейския Съюз. Неравномерно се развиват отделните области и територии. Населението мигрира към някои по-големи градове където може да се намери работа и се обезлюдяват села и

по-малки градове, области и райони. Формира се и специфична многосекторност на базата на крайна изостаналост на отделни райони и бързо развиващи се градски конгломерати, където са съсредоточени промишлени, финансови и инфраструктурни обекти. Както в развиващите се страни така и в България в някои райони са преместени предприятия от развитите страни (например шивашката промишленост), в които работещите са обект на силна експлоатация. Налице са остри проблеми в здравеопазването, образованието и други важни сектори на икономиката. Корупцията и престъпността също са тежки социални проблеми.

В тази връзка проблемът за развитието на външноикономическите отношения на България с развиващите се страни, както и оказването на съдействие за целите на развитието изисква сериозен анализ на общото и особеното в социално-икономическото развитие на България и развиващите се страни, а също и на съдържанието и тенденциите в досегашното развитие на взаимните отношения. Безспорно външноикономическите отношения и сътрудничеството за целите на развитието са две различни направления на международните отношения, но успешното реализиране на взаимно-изгодни външноикономическа отношения може да бъде от полза и за дейностите по линия на сътрудничеството за целите на развитието. От друга страна преодоляването на бедността и укрепването на икономиките на развиващите се страни може да даде важен стимул за подобряването на международната икономическа среда и да разшири възможностите за развитие на търговско-икономическите отношения с развиващите се страни. Важно е друго. В рамките на преговорите за присъединяване към ЕС България се ангажира да приеме и да прилага правото на ЕС в областта на отпускането на помощ за развитие като приеме общите цели на ЕС по отношение на помощта – борба с бедността, постигане на устойчиво социално-икономическо развитие, утвърждаване и развиване на демокрацията и др.

Предвид на това,че страната ни сама изпитва в определена степен много от тези проблеми, като най-бедната страна-членка на ЕС, очертаването на перспективите и възможностите на сътрудничеството с развиващите се страни следва да отчита реалните условия за взаимна допълняемост, за реализация на взаимно-изгодни външноикономически отношения. Те са своеобразен мост към по-доброто опознаване на страните-партньори.

През периода между 60-те и 80-те години България натрупа значителен опит в развитието на търговията и икономическото сътрудничество с развиващите се страни. През годините на прехода след 1989 г. усилията на страната ни бяха насочени към изграждане на пазарното стопанство. Настъпи коренна промяна както във вътрешните условия, така и в международната среда, която стимулира в най-голяма степен развитието на външноикономическите отношения на европейско ниво. Отношенията с развиващите се страни се ограничиха по обем и структура, закриха се посолства, а заедно с тях и търговско-икономическите представителства и служби. Всичко това доведе до силно ограничаване на търговията и сътрудничеството с развиващите се страни от Азия, Африка и Латинска Америка.

Прегледът на външноикономическите отношения с определени по-големи и значими развиващи се страни от Азия, Африка и Латинска Америка показва, че търговията и сътрудничество се развиват неравномерно. Правно-договорната база не се актуализира, не се познават и не се използват потенциалните възможности за развитие на сътрудничеството. Това добре се вижда от динамиката на развитието на

външноикономическите отношения на България с отделни важни партньори от Азия, Африка и Латинска Америка.

Така напр.в Латинска Америка един от основните партньори на България е Бразилия – най-голямата икономика в този район, богата на природни ресурси. Бразилия е с бързо развиващо се селско стопанство, дърводобив и риболов, добивна и преработваща промишленост, сектор на услугите и научните изследвания. Политически и икономически лидер в Латинска Америка, в регионален аспект Бразилия е между най-активните членове на латиноамериканския общ пазар – МЕРКОСУР, а в международен аспект Бразилия се стреми да бъде лидер не само в Латинска Америка, но и между развиващите се страни като се утвърждава като световна сила заедно с другите страни от т.нар. група БРИК (Бразилия, Русия, Индия и Китай).

Прегледът на външноикономическите отношения между България и Бразилия показва, че сътрудничеството с тази страна не отговаря на реалните възможности. Макар и обширна, ддоговорно-правната база не е актуализирана и не може да бъде здрава основа на бъдещото развитие на взаимните отношения. Тя включва:

- Спогодба за търговия и икономическо сътрудничество, подписана на 13.09.1993 г. в Бразилия.
- Споразумение за сътрудничество с Федерацията на външнотърговските Камари на Бразилия от 1983 г.
- Споразумение за сътрудничество с Националната конфедерация на индустрията на Бразилия от 1986 г.
- Споразумение за сътрудничество между Съюза на работодателите в България и търговската камара на Рио де Жанейро.
- Програма за сътрудничество между правителството на Р България и правителството на ФРБразилия за сътрудничество в областта на науката, образованието, културата и спорта за периода 2000-2003 г.
- Спогодба за безвизов режим за притежателите на обикновени паспорти от 2003 г
- Меморандум за разбирателство между Министерство на външните работи на Р България и Министерство на външните отношения на Ф Р Бразилия от 2005 г.
- Споразумение за сътрудничество в областта на спорта между правителството на Р България и правителството на Ф Р Бразилия от 2005 г.

По силата на договореностите за членство на България в Европейския съюз, въпросите, свързани с търговската политика са от изключителна компетентност на ниво ЕС, а не от национална компетентност. Това налага изменение или денонсиране на всички договори, които предвиждат права и задължения на страните по въпроси, свързани с търговската политика. В тази връзка, се налага да бъде изменен текста на Спогодбата за търговия и икономическо сътрудничество, подписана на 13.09.1993 г. в Бразилия, както и да се направи преглед и актуализация на цялостната правно-договорна основа.

Стокообмен между България и Бразилия се развива **със значително превишаване на вноса над износа и** формиране на негативно салдо за нашата страна (Табл. 1)**.**

Табл. 1. Външно-търговски стокообмен между България и Бразилия 2000-2009 г. (хил. щ.д.)

Година	*Износ*	*Внос*	*Стокообмен*	*Салдо*
2000	5 457.3	65 063.9	70 521.2	-59 606.6
2001	6 953.6	83 062.7	90 016.3	-76 109.1
2002	15 018.6	71 816.0	86 834.6	-56 797.4
2003	19 740.3	118 471.4	138 211.7	-98 731.1
2004	36 060.2	236 411.4	272 471.8	-200 351.2
2005	40 328.5	318 513.5	358 842.0	-278 185.0
2006	26 554.1	456 561.9	483 116.0	-430 007.8
2007	32 910.5	257 296.1	290 206.6	-224 385.6
2008	57 263.8	268 080.1	325 343.9	-210 816.3
2009	40 300.0	170 900.0	211 200.0	-130 600.0

Източник: по данни на Министерство на икономиката, енергетиката и туризма

Основно място в износа заемат печатарски машини (61%) от износа, химически торове (13%), фотографски плаки (7,2%), акумулатори (6,3%), хранителни добавки за животни (2,5%), необработено олово (2,4%), машинни части, семена от анасон, кориандър и др., миялни машини, металообработващи машини, стругове, антибиотици, инструменти и апарати за химически анализ и др.

Във вноса от Бразилия основно място се пада на медните руди и концентрати (62%), сурова тръстикова захар (14,4%), необработен тютюн (11%), меса и вътрешности от домашни птици (3,2%), кафе (3%), екстракти от кафе (2,4%), обувки (0,5%) и др.

Традиционната търговия не се съпътствува с развитието на други форми на икономическо и научно-техническо сътрудничество, изграждане на съвместни предприятия, развитие на научно-техническо сътрудничество, привличане на инвестиции от Бразилия и др.

В Азия дългогодишен търговски партньор на България е **Индия**, която е и стратегически партньор за Европейския Съюз. С население от 1 млрд. и 189 млн души и номинален Брутен национален продукт от 4,06 трилиона щатски долара (2010 г. прогн.), Индия е между бързо развиващите се икономики в света с постоянен растеж през последните две десетилетия. Селското стопанство участвува с около 30% в създаването на БНП, секторът на услугите с 54% и промишлеността с 18%. Наред с традиционния за Индия селскостопански износ (състоящ се от ориз, пшеница, маслодайни семена, памук, риба, месо и др.), Индия се утвръждава като значим износител на редица промишлени изделия – текстил, телекомуникационни съоръжения, химически продукти, цимент, стомана, телекомуникационно оборудване. Индия активно развива научните изследвания в редица области, има добре развит банков сектор и е важен център за много водещи компании по отношение на преместване и аутсорсинг както на на отделни дейности, така и на цели предприятия.

Отношенията между Индия и България (Табл. 2) също се развиват в рамките на ограничен обхват, основно в областта на търговията. Между двете страни е изградена договорно-правна база в търговско-икономическата област:

- Споразумение за икономическо сътрудничество между правителството на Република България и правителството на Република Индия (2007 г.);
- Договор между правителството на Република България и правителството на Република Индия за насърчаване и защита на инвестициите (1998 г.) и Протокол между

правителството на Република България и правителството на Република Индия за изменение и допълнение на Договора от 1998 г. (2007 г.);

- Меморандум за сътрудничество между Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средни предприятия и Националната корпорация за малките предприятия на Република Индия (2007 г.);
- Спогодба за избягване на двойното данъчно облагане (1994 г.);
- Споразумение за сътрудничество между Българската агенция за експортно застраховане и Индийската корпорация за експортно кредитиране (2002 г.)

Табл. 2. Развитие на стокообмена между България и Индия за периода 2000-2009 г. (млн. щ.д.)

Година	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
Износ	11.2	11.0	6.9	8.5	21.9	17.5	32.5	76.8	78.3	25.9
Внос	11.9	19.1	16.7	23.2	33.8	37.2	47.1	84.0	85.5	69.6
Стокообмен	23.1	30.1	23.6	31.7	55.7	54.7	79.6	160.8	163.8	95.5
Салдо	- 0.7	-8.1	-9.8	- 14.7	- 11.9	- 19.7	-14.6	-7.2	-7.2	-43.7

Източник: данни на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма

Обект на износ за Индия са отпадъци от алуминии и мед, инструменти за физически и химически анализи, електрически трансформатори, антибиотици и др. Обект на внос са парни котли, плосковалцувани продукти от желязо и нелегирани стомани, **с**уров или необработен тютюн, прежди и др. Развитието на взаимният стокообмен е неравномерно и се характеризира с устойчив дисбаланс. Другите форми на сътрудничество все още не са намерили поле за развитие през годините на настоящето деселитетие.

В Африка (на Юг от Сахара) традиционен партньор на България е Нигерия - най-голяма по население и сред първите по природни ресурси в целия континент. Тя е член на Организацията на страните-износителки на петрол ОПЕК и се нарежда на 10 място в света по доказани залежи на нефт. Нефтовобивът генерира около 40% от Брутният национален продукт на страната. Нигерия е богата също на естествен газ, въглища, въглища, желязна руда, злато, олово, цинк и други важни метали и минерали.

Наред с нефтодобива Нигерия бързо развива секторът на телекомуникациите и финансовите услуги. Селското стопанство продължава да сигурява заетост на над 60% от населението като генерира и значителнителни постъпления от износа на маслодайни семена, какао, палмово масло, захарр царевица, цитруси и др. От отраслите на преработващата промишленост добре развити са текстилната и кожарска промишленост, а през последните години и автомобилостроенето на база на сътрудничество с водещи световни фирми като френската компания Пежо и английската Бедфорд.

Сътрудничеството между България и **Нигерия** има добра история. В Нигерия с българска помощ са построени такива обекти като : Националния театър в Лагос, спортен комплекс в Илорин, хиподрум в Кадуна, хотели в щатите Лагос и Баучи, съоръжения на транспортната мрежа и др.; България е участвувала в електрифицирането на селищни системи в щатите Кано и Кадуна и в изграждането на инфраструктурата на новата столица Абуджа и спортни комплекси в щатите Лагос, Баучи, Плато;

Както с Бразилия и Индия, между България и Нигерия е изградена широка правно-договорна база и са подписани следните по-важни спогодби:

- Спогодба между правителството на Народна република България и правителството на Федерална република Нигерия за въздушни линии между и отвъд техните съответни територииР в сила от 8.3.1973 г.
- Спогодба за икономическо, научно и техническо сътрудничество между правителството на Народна република България и Федералното военно правителство на Федерална република Нигерия в сила от 26.5.1978 г.
- Търговска спогодба между правителството на НРБ и правителството на Федерална Република Нигерия. Временно се прилага от 20.6.1990 г.
- През декември.1998 год. в София е подписана Спогодба за взаимно насърчаване и защита на инвестициите. Спогодбата е ратифицирана от българска страна, очаква се ратифициране от страна на ФР Нигерия и влизане в сила на Спогодбата.

Спогодбите не са актуализирани и не отразяват новите реалности в икономиката и външноикономическите отношения на двете страни.

Табл. 3. Външнотърговдски стокообмен между България и Нигерия (млн. щ. долари)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Износ	**11,1**	**6,6**	**15,0**	**11,0**	**7,1**	**2,8**	**8,8**	**126,5**	**38,7**
Внос	**0,1**	**0,1**	**0,0**	**0,0**	**0,3**	**3,3**	**8,5**	**0,5**	**0,1**
Стокообмен	**11.2**	**6,7**	**15,0**	**11,0**	**7,4**	**6,1**	**17,3**	**127,0**	**38,8**
Салдо	**11,0**	**6,5**	**15,0**	**11,0**	**6,8**	**-0,5**	**0,3**	**126,0**	**38,5**

Източник: данни на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма

С малки изключения салдото във взаимната търговия е положително за българската страна. През 2009 г. българският износ за Нигерия е в размер на 38 млн.щ.д. и се състои основно от нефтопродукти, електрическо оборудване и химикали, а вносът е незначителен – какао и кафе.През отделни години обект на внос е естествен каучук (Табл. 3).

През 1981 г. е учредена Смесена комиси за сътрудничество, която до 1989 г провежда 5 сесии. След този период през 2004 г. е проведена поредната VI-та сесия. По-значимо събитие е посещението на нигерийска икономическа делегация. В Нигерия работят няколко българо-нигерийски строителни фирми: “Техноекспортстрой” (единствената държавна българска фирма, с дълга и успешна история на нигерийския пазар) няколко частни българо-нигерийски фирми, като най-успешната от тях е “Техно Катагун”, изпълняваща строителни обекти. Фирмата внася в Нигерия някои видове строителни материали, трансформатори, кабели и други стоки от България. Други строителни фирми представени на нигерийския пазар са частните фирми “Булкон” и “Секура”. Фирмата “Афрокомерс” реализира внос на кари, повдигаща техника и др.

Наред с тези по-големи страни от районите на Азия, Африка и Латинска Америка България продължава да развива, макар и със силно ограничен обхват търговията и сътрудничеството с редица други страни като Алжир, Мароко, Тунис, Етиопия, Судан и други от Африка; Аржентина, Перу, Колумбия, Еквадор, Мексико, Венецуела и други от Латинска Америка; с Иемен, Йордания, Индонезия от Азия. В процеса на

изследване на възможностите за предоставяне на съдействие за целите на развитието като потенциални рецепиенти се определят Куба, Виетнам, Молдова, Грузия и някои други страни изпитващи остри социални проблеми. Тази класификация прави наложителен анализа на общите черти и различията между развиващите се страни от Азия, Африка и Латинска Америка и т.нар. „нови развиващи се страни" от бившия социалистически лагер.На тази основа могат да се очертая възможностите и перспективите както на външноикономическите отношения на България с развиващите се страни, така и нейният потенциал за оказване на помощ за целите на развитието – две различни, но взаимно свързани елементи на международните отношения. Осъществяването на справедлива търговия, оказването на техническа помощ, участието в изграждането на производствени и инфраструктури обекти и други направления на икономическите отношения реално създават предпоставки за нови работни места, за повече заетост, намаляване на бедността и др.

Задълбочаването на процесите на интеграция и глобализация води до нарастване на взаимозависимостта между отделните страни и рагиони в света. Развиващите се страни са важна част от световното стопанство. В международните отношения се утвърждава разбирането, че не е възможно постигането на устойчиво развитие и глобална сигурност без развитие на икономически и социално по-изостаналите държави, както и не може да се постигне развитие без международна, регионална и индивидуална сигурност. Ето защо в перспектива формирането на политиката на България по отношения на търговията и икономическото сътрудничеството с развиващите се страни следва да се осъществява въз основа на новите реалности в тяхното-социалноикономическо развитие, протичащата диференциацията, формиращите се регионални интеграционни групи и други важни процеси.това ще даде възможност и за успешно участие в отделните направления на сътрудничеството за целите на развитието.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

доц. д-р ГЕНОВЕВА МИХОВА
ЦЕНТЪР ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА НАСЕЛЕНИЕТО, БЪЛГАРСКА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ

проф. д.ик.н. ПЕНКА НАЙДЕНОВА
ЦЕНТЪР ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА НАСЕЛЕНИЕТО, БЪЛГАРСКА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ

МЛАДИТЕ ХОРА И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО НА СТАРЕЕНЕТО НА НАСЕЛЕНИЕТО

YOUNG GENERATION AND CHALLENGE OF POPULATION AGEING

Associate Prof. Dr. GENOVEVA MIHOVA
CENTRE FOR POPULATION STUDIES, BULGARIAN ACADEMY OF SCIENCES

Prof. Dr. Hab. PENKA NAIDENOVA
CENTRE FOR POPULATION STUDIES, BULGARIAN ACADEMY OF SCIENCES

Abstract: The ageing is presented as a most important challenge of the new century and particularly regarding the European social and economical problems. This issue is of great meaning of Bulgaria being one between the five most old countries in the world. The point under discussion however is whether the present day old generation is in peace with the young generation or the existing contradictions make them enemy. It is mentioned the labour market supply of old workers with better qualification but less physical or mental capacities and the unemployment of the youths, as well the discrepancies between views on way of life of the young and older people as well as feeling of recognition and respect frequently lacking while the old people are in need in the family or the community. The authors insist on the human, thesis about necessity of harmonization of the divers generations life and point out the meaning of EU projects of research on ageing in Europe. They result in new knowledge about ageing regarded from gerontological, environment, socio-economic and cultural points of view. The most important project issue is the functioning of a special program of education and training FLARE (Future leaders of ageing research), preparing young people for participation in research and polity making and organization of social survey for aged people, theirs activities could be of help in regarding their well being and active healthy life of the old and good example of respect of old by the young generation.
Key words: population ageing, labour market, education and training

Въведение

Остаряването на населението като предизвикателство със сериозни последици за демографското и социално-икономическото развитие е вече осъзнат процес от широката общественост не само в глобален, но и в регионален и национален мащаб. Особена чувствителност към възрастово деструктуриране се проявява в най-стария континент Европа, който се оказва с най-старо население в света. Сред европейските страни България е не само с много бързо остаряващото население, но по този неблагоприятен признак тя е сред петте най-потърпевши държави в света.

Загриженост за последиците от остаряването у нас проличава от научните изследвания още през 60-те години на миналия век. В условията на назряваща демографска криза тази загриженост прераства в държавническо отношение, израз на което е приемането

в началото на 21-ви век на Стратегия на демографско развитие на Р България (2006-2020). В нея се очертават ясно характерът и перспективите на процеса на остаряването у нас, като се отделя приоритетно място на този проблем в политиките за населението. И ако днес България, редом с другите европейски страни, чертае проекциите на развитието си към 2020 г., тя залага на подхода, съгласно който най-напред се оценява първостепенната роля на човешкия капитал за напредъка на страната.

Развитието в перспектива е в силна зависимост от ресурсовата осигуреност, но не по-малко значение има ефектът на управлението на процесите, свързани със съвременните демографски тенденции. Сред тях стареенето е важно предизвикателство, което изисква съвременни знания, иновативен подход и креативност. Преодоляването на последиците му не е във възможностите само на населението на средна възраст или на възрастното население. Нарастващо значение във висока степен има участието в този процес на младата генерация. Далновидността на младите при прогнозиране на развитието се основава на нови послания към възрастните хора, на умения те да бъдат разглеждани и включвани като ресурс на ефективни дейности.

Най-често остаряването се квалифицира като проблем на лицата в третия жизнен цикъл. В известен смисъл това има основание, тъй като недостатъчната заетост в платени дейности, бедността, влошеното здравословно състояние, социалната изолация, ниският социален статус, безперспективността засягат непосредствено възрастните хора и ги превръщат в социална група, живееща в риск. Що се отнася до генерацията в средна възраст, по-скоро се отчитат някои ангажименти на лицата, които в семейна среда осъществяват обгрижването на родителите си, особено в случаите, когато те са с недостатъчни финансови ресурси, с ограничени възможности за независим живот и се нуждаят от непосредствени грижи.

Най-малко и може би най-едностранчиво се вижда ролята на младото поколение в посрещането на предизвикателствата на стареенето. Акцентът тук е главно върху възрастовата зависимост и икономическата натовареност на младото и активното население. Върху тази плоскост се генерира негативизъм в отношението към възрастните хора, напрежение и конфликтност в обществената атмосфера в противовес на обичайната приемственост, сътрудничество и взаимопомощ.

Тогава, когато съвременният свят е ориентиран към изграждане на общество на всички възрасти, когато усилено се търсят определени ресурси в хармонизирането на междупоколенческите връзки и взаимоотношения, подобен подход е неприложим и неефективен.

Основания и предимства относно участието на младите хора в преодоляване на последиците от стареенето

Какви са главните основания, за да се залага във висока степен на съпричастието и активната позиция на младите?

Младото поколение е опора на икономическия и демографския възпроизводствен процес. То навлиза в духовната и материално-производствената сфера с адекватна на съвременните изисквания квалификация. От неговия производителен труд в дългосрочна перспектива зависи икономическото производство и доходът на нацията. Репродуктивното поведение и начин на живот определят числеността и качественото възпроизводство на новата генерация. При това следва младите хора добре да осъзнават реалните нужди на възрастното население, като не забравят, че то ги е създало като индивиди и граждани, осигурявайки им в зависимост от възможностите си определени условия и

стандарт на живот в съответствие с българските традиции.

В този смисъл е естествено и логично младото поколение да изгражда собствената си позиция и респект по отношение на възрастните, държейки сметка за приноса им за старта и реализацията си в живота. Във всекидневието и семейната среда такова отношение е много по-често явление. Но в обществен план в по-голяма степен се очертават проявите на негативизъм, враждебност, агресивност спрямо застаряващото население. За това допринася високата степен на урбанизация, псевдомодернизмът, асоциалните прояви, егоцентризмът и др. Освен тези съществуват редица социално-икономически подбуди, част от които са свързани с пазара на труда. Нашето възрастно население е с ниски пенсии спрямо нарастващата издръжка на живота, има реална нужда от допълнителни доходи и търси платена работа във формалния и неформалния сектор. Възрастният човек е принуден да приема по-ниско заплащане, да прави компромиси по отношение на условията на труда въпреки производствения си опит, сравнително добрата квалификация, придобитите умения да се приспособява към трудовата среда, проявявайки присъщата си отговорност и дисциплина.

За младите би било полезно да осъзнаят, че тяхната конкурентоспособност зависи от степента, в която те притежават подобни качества и от усилията им за придобиване на по-високо образование и квалификация, възприемайки изискванията за учене през целия живот. Разбира се, това е в зависимост и от механизмите на регулиране на търсенето и предлагането на труда, към които младите следва да имат активно отношение.

Що се отнася до икономическата натовареност на младото поколение във връзка с издръжката на възрастните, то би трябвало да се преценява кога тежестта им е по-голяма – дали когато се дава шанс на възрастните да продължат трудовата си дейност и да придобиват доходи от труд или когато ги лишават от подобна възможност, натоварвайки младите да отделят по-голяма част от доходите си за възрастните – било в домашна среда, или като отчисление от трудовия доход.

Всичко това води до необходимостта от обективна преценка на междугенерационния риск от разпределението на доходите и на отговорностите при издръжка на поколенията.

На всички е известно, че за младото поколение е естествена функцията да възпроизведе следващото поколение – да роди, отгледа и образова своите наследници. Неговият принос в това отношение може да се прецени както като заделен доход, така и като инвестирано време за обслужването и възпитанието им, както и като емоционални преживявания, с които е съпътствано обгрижването на децата. В ретроспективен план такава оценка би била справедлива и за родителското поколение, преминало вече в третата възраст. В случая става въпрос не само за съпоставяне на доходите с възможностите им за издръжка или необходима помощ. При това родителството на сегашното възрастно поколение е осъществявано при много по-неблагоприятни условия, висока трудова натовареност, недостатъчна жилищна осигуреност, битови неудобства и т.н.

В посрещането на предизвикателствата на стареенето участието на младите хора е особено ценно поради редица предимства във възприемането на съвременната действителност и адекватност на поведението им.

Имаме предвид преди всичко:

-отвореността към външния свят и демократизирането на живота, преодоляването на езиковите бариери и

високотехнологичната информираност и др.;

-необремеността с традиционни подходи, склонност към иновативно мислене, способност за вземане на радикални решения;

- дистанцията от времето на остаряването, което предпазва от преднамереност в оценката и преследване на непосредствени интереси;

-възприемчивост към нови концепции, опит и добри практики в областта на политиките за възрастните хора.

Тези безспорни предимства на младата генерация компенсират по-ограничения от времето и възрастта опит и спомагат в общественото пространство да навлизат по-модерни и освободени от стереотипи възгледи за начина и качеството на живот в третата възраст.

Младото поколение има много **области за изява във формирането и провеждането на политиките за възрастните хора.**

Една от тях е **научноизследователската дейност**, която сама по себе си има най-различни направления в съответствие с многостранните аспекти на стареенето – биомедицински, демографски, социалноикономически, финансови, етнически, психологически и др. С избраните по-горе качества младите изследователи по-лесно и ефективно могат да осъществяват съвременни теоретични и емпирични изследвания, да обменят знания и резултати от изследователската си практика, да прилагат системен и интердисциплинарен подход в изграждането и ползването на разширяващата се научна инфраструктура. Те са в позиция, от която могат много по-обективно да дефинират приоритетите на бъдещите научни изследвания, да усещат новите потребности, да предвиждат необходимите ресурси. Те имат време да изучават по-продължително и в по-голяма пространственост самия процес на остаряването, да проследяват динамиката на процеса и промените във факторните му въздействия.

Трансформирането на резултатите от научно-изследователската дейност в управленско-ориентирани изводи и препоръки е област, която също така се нуждае от новаторски идеи и начинания, от идентифициране на най-належащите проблеми на възрастните хора. Формулирането в съответствие с тях на политики и управленски мерки много повече се подчинява на общи глобални и регионални цели. На световно и европейско равнище все повече се прилагат общи индикатори и критерии за измерване на ефективността им, единни методики за мониторинг на резултатите.

Протичат процеси на осъвременяване и унифицирането им, израз на съгласуваността, координацията и сътрудничеството.

Процесите на глобализация и интеграция са много по-близки на младите хора. Те са техен естествен двигател и опора. Съюзници на съвременните млади при участие в тях са нарастващата им мобилност, по-широката им езикова култура, мотивацията за приобщеност в търсенето на общи решения на съвременните предизвикателства, към които се числи остаряването на населението. Изграждането на световно, европейско и национално изследователско поле в тази област е немислимо и несъстоятелно без привличането на талантливи млади учени, приемници на стореното досега и реализатори на новите потребности. Те следва да преобладават в потенциала на създаващата се и обновяваща се научна инфраструктура. Предимствата на участието на млада генерация изследователи и експерти в **управлението** е във възможностите им да предвидят условията и изискванията на сегашното младо поколение в периода на встъпването му в третата възраст, без да се влияят от потребностите на настоящето възрастно

население и реалностите, в които то е поставено.

Социалната практика, свързана с обслужването на контингентите стари хора, е дейност с широк обхват, компетентност и отговорност. Като се има предвид, че у нас системата за социални услуги за възрастните е недоразвита и се нуждае от сериозно реновиране и модернизиране, за нейното развитие с основание се разчита на младите. Тя дава пространство за модерни организационни решения, за разкриване на много нови услуги и съответно на нови работни места, за създаване на по-голям комфорт на възрастните хора, които се нуждаят от специализирани грижи и преживяват самотни старини. Развитието на тези дейности, особено по време на криза е условие за преживяване на нискодоходните възрастни, както и за преодоляване на младежката безработица. Самата **концепция за активно и благополучно стареене** включва усвояването от възрастното население на нови технологични знания и умения, които трудно биха могли да се придобият от тях без активната помощ и участие на млади специалисти.

За развитието на културата на всяка страна винаги има принос предходното поколение, но във времето на своята старост то се възползва и от културните придобивки на младото поколение. То именно има заслуга за поддържане на духовния комфорт на възрастните и запознаването им с нови идеи, за приобщаването им към тях.

Съпричастието и дейното участие на младата генерация в провеждане на ефективни политики за активно и благополучно стареене има непосредствена връзка с мисията й да реализира **Стратегията на Европейския съюз „Европа 2020”** и необходимостта от постигане в България на догонващ растеж на европейските стандарти и качество на живот у нас.

В петте определящи цели, които си поставя Лисабонската стратегия, са включени пълната трудова заетост, образованието, намаляването на бедността, постигането на които във висока степен зависи от състоянието им при лицата в навечерието на третата и в пенсионната възраст. Ръстът на равнището на заетост у нас, който изостава в сравнение с европейските критерии е в зависимост от това доколко и кога ще постигнем 50% заетост на лицата от 55-64 години и ще създадем по-добри условия на продължаваща трудова дейност на тези, придобили право на пенсия. Този процент е достигнат в Швеция, Дания, Великобритания и Португалия още през 2002 г., във Финландия и Ирландия през 2004 г., и вече е факт и в Германия и Холандия. В България през 2004 г., заетостта на лицата във възрастта от 55 до 64 г. е само 32,5%, а през 2008 г. – 46,0%.

Продължаващите трудовата си дейност след достигане възрастта за пенсиониране у нас са значително по-малко – само 8% от общия брой на лицата в групата. Спрямо общия брой на заетите през 2007 г. те са само 2,8%. (Статистически справочник, 2008).

Следователно, възрастните хора не са такъв значим конкурент на пазара на труда, за каквито обикновено ги възприемат младите. При определени далновидни и гъвкави политики те могат да реализират капацитета си като трудов ресурс. Това е от интерес на младата генерация в ситуация на засилваща се възрастова зависимост и нарастваща тежест за издръжката на лицата в икономически неактивна възраст. Заинтересованост от нейна страна има и в това, възрастното население да допринася за създаването на Брутния вътрешен продукт (БВП) като се има предвид, че всяка година България отделя 9-10% от него за социалното им осигуряване, здравеопазване, социални услуги и др.

При тези обстоятелства и при определен недостиг на работна сила с пълно основание в Националната

стратегия за демографско развитие на Р България (2006-2020 г.) като приоритет е формулирана гражата за съхраняване и развитие на трудовия потенциал на страната като елемент на цялостната концепция за развитие на трудовите й ресурси (Национална стратегия…, 2006). Реализацията на тази потенциална цел е в ръцете на младите хора.

Осъществяването на Стратегията на ЕС „Европа 2020" в частта й за обучение през целия живот има своите акценти според пола, възрастта, семейното положение и др. Политиката в тази област е елемент на обществените и индивидуални усилия за постигане на по-високо качество на живот, по-добър здравен статус и собствена реализация. Насочена към възрастните хора тя цели да се умножава и зачита приноса им в развитието, да се оползотворява потенциалът им, да се стимулира увереността в собствените сили и ресурси, да се повишава социалният и здравният им статус, придаващи смисъл на живота, по-висока самооценка и самочувствие. Ако обучителните практики изключат от обхвата си възрастното население, те губят не само своя повсеместен характер, но поставят и под съмнение постигането на редица други цели – за продължаване на платената трудова дейност, за постигане на по-голяма икономическа независимост и др.

Младите хора следва да си дават сметка, че от безработните във възрастовата група над 50 г. през 2007 г. 61% са без квалификация и специалност. За лицата над 55 годишна възраст този относителен дял достига до 66%. С основно и по-малко образование са 60,4% от безработните от 50 до 54 години и 65% от тези във възрастта 64 и повече години. В последното десетилетие на трудоспособната възраст поводите на работодателите за освобождаване на част от заетите най-често са аргументирани с недостиг на знания, квалификация, годност за работа при съвременните информационни и производствени технологии и др. В резултат на това, делът на безработните във възрастта 55-64 години спрямо общия брой на безработните е висок (в 2007 г. той е 12,7%). Нараства и делът на продължително безработните с престой на трудовата борса над 2 години – 46% от останалите без работа лица в групата на 50-54 годишните и 48,7% за тези над 55 години (Михова, Г., П. Найденова. Възрастните хора…2009).

Анализът на заетостта в навечерието и след навлизането в пенсионна възраст показва, че при недостатъчно образование и мотивация за обучение алтернативите за ново трудоустройство и продължаване на трудовата дейност са силно ограничени, а лицата с по-ниска квалификация по-скоро остават непригодни за заеманите работни места и неконкурентоспособни да се устроят на нова работа. С присъщата им практичност и пресметливост за младите хора не е проблем да прозрат взаимовръзката между процеса на обучението с продуктивността на труда и развитието на личните способности в по-напреднала възраст.

Преодолявайки недоверието към възможностите и ефективността на обучението в по-късна възраст, подкрепяйки активните политики и мерки в тази област те ще проявят далновидност и ще помогнат и на себе си – ще допринесат за пълноценния достъп на възрастните хора до ресурсите на обществото, за адаптацията им към променящите се социални реалности, за възприемането на модели на поведение в съответствие с трансформациите на ролите им в обществото, семейството и личния им живот. Това би помогнало и да се изживеят някои стереотипи, битуващи в съзнанието на младите хора, представящи възрастните като слабо продуктивни, изоставащи в квалификацията си, неспособни на иновации. На мястото на тези представи ще се открият преимуществата на такива качества на възрастния работник и

служител като опит и знания, трудов морал, професионални умения, лоялност.

Трудно е да си представим как младото поколение ще осъществява на национално равнище една от най-важните стратегически цели на ЕС относно справянето с бедността, без да са постигнати позитивни промени в стандарта и качеството на живот на възрастното население. Предстои тази голяма социална прослойка да бъде изведена от състоянието, при което голяма част от нея живее под границите на бедността, а в социалната стратификация е квалифицирана като най-голямата рискова група от населението у нас.

За младите хора не е трудно да осъзнаят, че базисните доходи и покупателна способност задържат икономическото развитие на страната. Изоставането в сравнение с други европейски страни се отразява върху перспективите за професионална реализация и достоен стандарт на живот, тласка младите да търсят алтернативи извън държавата, в която живеят и която е инвестирала в тях за образование и професионални умения.

Недостигът на средства за потребление на социални услуги в обществения и частния сектор е бариера пред развитието на една **съвременна система за социални услуги.** Така се възпрепятства разкриването на нови работни места в тази област за млади хора, за развитие на младежкото предприемачество и успешен частен бизнес за задоволяване социално-икономическите и духовни потребности на възрастните хора, за поддържане и разнообразяване на социалните им контакти, за осмисляне на свободното им време, за включването им в информационното общество.

Съвременният свят все по-усилено търси ефективни решения за оптимизиране на междупоколенческите отношения, за стимулиране на сътрудничеството между тях, за преодоляване на противоречията и смекчаване на конфликтите. В случая **подобряването на обществената и семейната атмосфера в аспекта на междугенерационното общуване и взаимопомощ** зависи преди всичко от равнището на диалога между възрастното и младото поколение. Младите са не по-малко заинтересовани този диалог да бъде балансиран и свободен от излишно напрежение и конфликти. Ангажирайки се в посока на по-голям конструктивизъм и съпричастие при решаване проблемите на възрастното население те постепенно ще се изпълват с убеждението, че всъщност подпомагат успешното посрещане на едно от големите си съвременни предизвикателства, че изпълняват една своя собствена мисия, че всъщност правят нещо изключително важно за себе си, за своето по-добро бъдеще.

Европейските и националните проекти по стареенето в подкрепа на участието на младите хора

Европейската комисия отчита вече няколко програми и различни по направления проекти, посветени на стареенето, особено според пета, шеста и седма рамкови програми. В почти всички проекти в един или друг аспект се поставя и въпросът за междупоколенческите отношения, а Институтът за демография в Росток в качеството на Макс Планк-институция, финансирана и от ЕК, провежда двуетапно наблюдение в страните, посветено на поколенческите отношения и категориите мъже и жени (GGS – Gender generation survey). Въпреки тези резултати и многото изследвания в европейските страни, все още единна концепция и платформа за дейности в този аспект отсъстват. Това до известна степен обяснява и **липсата на ясно и завършено становище за мястото, ролята и задачите на младото поколение, живеещо в света на все по-силно застаряване** и самото то с перспектива да се трансформира във

възрастно население във време на един остарял свят с високо технологично равнище и по-претенциозни изисквания за ресурсите за издръжка на населението. Особено важен момент е да се повиши заинтересоваността на компетентните институции и да се финансира обучението на специалисти от страна на националните донори.

Не следва обаче да се приеме, че липсват в това отношение перспективно мислене и адекватни изследвания и действия. Така например, една от големите заслуги в това отношение е на двата действащи по Седма рамкова програма на ЕС проекти ERA-AGE 2 (Европейско изследователско пространство по стареенето) и FUTUREAGE (Пътна карта на изследванията по стареенето). Към подготовката на млади лидери в тази област е насочена специалната програма FLARE. Дословният превод на заглавието „Future Leaders in Research of Ageing" е **„Бъдещи ръководители в изследванията по стареенето".** Тук трябва да се подчертае, че едно от важните на тези проекти послания е да се формира обективно отговорно отношение към възрастното население и остаряването в перспектива. Основната цел е да се реализира специална програма, която да подготвя младо попълнение специалисти-изследователи по различни теми на стареенето, с възможности за включването им в управлението и социалната практика. Своеобразието на програмата е в осигуряване на интердисциплинарна подготовка на млади специалисти – дипломирани докторанти, които посвещават изследвания на такива теми. Срокът на обучителната и изследователската работа е тригодишен, като специализантите получават стипендия от национални или други организации. От 24-тия – 30-тия месец този срок е предвиден за подготовка и работа в институтите в страната, която финансира обучението, а другото време е за посещение на един или повече чуждестранни изявени институции в областта на изследванията на населението. Те следва да бъдат в друга област на специализирани изследвания по остаряването по отношение на стипендианта. С това му се предоставя възможност да се запознае по-широко с проблематиката и да развие склонност към мултидисциплинарни изследвания по стареенето.

Едновременно при организацията на обучението се създава възможност да се изгради мрежа от водещи институти в Европа, както и от експерти, които да съдействат за изпълнение на програмата, предназначена за обучение на млади изследователи и експерти в тази област.

Програмата FLARE, която се реализира по проекта ERA-AGE 2 е продължение на аналогичен проект ERA-AGE, изпълняван през периода 2004-2009 г. от научни институти и организации от 9 страни под ръководството на проф. Алан Уоркър от Университета в Шефийлд, Великобритания, който е негов координатор. Една от амбициозните му цели е да се координира извършваната изследователска дейност по стареенето в европейските страни, с оглед да се постигне разширеността й, като се изгради съответна съвременна научна инфраструктура в Европа. Тя следва да догони равнището и приоритетите на Националния институт на САЩ по стареенето и да допринася за здравословен и активен на застаряващото население живот. Целта е да се постигне такава подготовка на млади специалисти, посветени на определена област на изследвания (медицински, социално-икономически, технологични или екологични), която да бъде фокусирана към процеса на стареенето. Остаряването се разглежда като обект на интердисциплинарна оценка от интерес за управленски решения и въвеждане на адекватни политики и практики спрямо настоящите и бъдещите предизвикателства,

свързани с този процес. Така FLARE се оформя като първа научно образователна програма за изследвания по стареенето, обърната с поглед към бъдещето както по отношение на политиката, така и относно младия възрастов състав, отговарящ на посланието за отговорност към остарялото родителско поколение.

Протичането на **подготовката на младите специалисти** предполага обмяна на знания, опит и виждания между самите тях, както и популяризация на изследователските резултати. Тя се осъществява чрез т.нар. Летни школи на двата последователни проекта за европейско изследователско пространство по стареенето.

Първата лятна школа по проекта ERA-AGE се организира и финансира от Шведската фондация за здравни грижи и алергетични изследвания, Института Вардал и Съвета за изследвания на трудовия и социалния живот – Швеция и се провежда от 22 до 27 юни 2008 г. в Оренас - близо до град Ландскрона и университетския град Лънд. Основната й цел е да създаде атмосфера на обединено сътрудничество, да развие мултидисциплинарен интерес у младите изследователи и да стимулира и подпомага кариерната им перспектива. Лекционната тематика включва проблемите на развитието и перспективите за все по-силно остаряване, ниската раждаемост и нарастващата продължителност на живота, причините за умиранията, факторите на жизнените цикли, международната миграция.

Съществената част на школата е в представяне на темите и резултатите от изследванията на първите 16 стипендианти на програмата FLARE във вид на авторски експозета с презентации и специални табла (постери) с точни и ясно дефинирани цели, задачи, методи и резултати. Те се обсъждат на групови занимания и неформални дискусии, където се представят и предложения за сътрудничество, обмяна на опит и възможности за получаване на информация от различни области: био-медицина, психология, социология, здравни услуги, икономика, етика, както и за научните подходи в теоретичните и приложни изследвания. Една част от стипендиантите, участвали в тази лятна школа представят резултатите от изследванията си и участват в заключителна конференция на проекта ERA-AGE „Бъдещето на изследванията по стареенето в Европа”, 2 февруари, 2009 г., Брюксел. Те не само имат възможност да получат представа за проблематиката, но и за бъдещите направления и приоритети на изследванията. Разискват се био-медицинските аспекти, тяхната обвързаност със социалните проблеми, поведението и политиките, предимствата и предизвикателствата, произтичащи от нарастващата продължителност на живота, социално-икономическите ресурси, здравословното и активното остаряване, околната среда и технологичните нововъведения в живота на възрастното населения и неговата околна домашна и социална среда.

От своя страна представителите на държавните и обществените институции в европейските държави, както и на научно-изследователските академични институтски и университетски звена имат възможност да оценят съдържателността на програмата FLARE и нейното значение за бъдещите изследвания по стареенето и формиране на нагласи и отговорност за остарялото и още по-бързо остаряващо население.

В периода от първата година от изпълнението на проекта ERA-AGE 2, когато първата група от пост-докторанти завършва специализациите си, се организира Втора лятна школа на специализантите по програмата FLARE. Честта за нейното организиране и провеждане като тридневен семинар с пълна научна програма се отреди на българските изпълнители на двата проекта.

Тя се проведе в град Варна, от 28 до 30 септември 2010 г., със съдействието на община Варна и Медицинския университет, Варна. Основните проблеми, които се поставиха в лекциите и после се разискваха в четири работни групи се отнасят до бъдещето на изследванията по стареенето в Европа и предизвикателствата на процеса от аспекта на биогеронтологията и социалната среда, със специален акцент за България и източноевропейските страни. Важна част от работата на семинара е представянето на резултатите от изследванията, завършени или още в процес на разработване от самите стипендианти. Благодарение на специално изработените постери всяка тема, целите и подходите на проучванията бяха нагледно систематизирани и улесниха разисканията. Общите изводи от това могат да се сведат до няколко момента:

- Проличава сериозността и задълбочеността на проучванията, чийто обект са възрастните хора, дело на млади изследователи. При това, областите са различни: медицински изследвания за физическото състояние; болестите и условията на живот с оглед поддържане на добро здраве и психически комфорт; прогнозиране на предстоящия живот, дефиниран като активно стареене; социална околна среда и сравнителен анализ на процеса на стареенето в отделни страни.
- Представят се проучвания, извършвани на интердисциплинарен принцип при участието на възрастни опитни учени, към които младите специалисти изразяват благодарност и уважение за придобития опит и знания.
- Осъществява се приемственост между учени от различни поколения, както и загриженост за общата генерация в или клоняща към последователните възрастови кохорти.

Следователно, подобна програма не само спомага за навременно изграждане на специалисти, но и за култивиране на респект и заслужена почит към родителското поколение, на загриженост за настоящето и бъдещето му.

Възможности за подготовка на млади изследователи в областта на стареенето на населението се реализират и във връзка с проектите на Европейския социален фонд, Програма „Развитие на човешките ресурси (2007-2013)". В изпълнение на Проект №BG 051P0001-3.3.04-0034, осъществяван от Института за изследване на населението и човека при БАН, бе проведено Първото лятно училище по демография за млади учени (София, юни 2010 г.), в програмата на което бе включен цикъл лекции и семинарни занятия по проблеми на стареенето и политиките за възрастните хора. С това, освен върху общата демографска подготовка, бе сложен акцент и върху едно от най-големите демографски предизвикателства на съвременността и на мисията на младите хора за преодоляване на последиците му.

Принос към българското изследователско пространство в областта на остаряването на населението са защитените от млади учени дисертационни трудове по тази проблематика и тези, които понастоящем са в процес на разработка. Тематиката им включва демографските аспекти и социално-икономическите последици от остаряването (Златанов, Св.), здравните потребности на лицата на 65 и повече години след активно стационарно лечение (Георгиева, Л.), медико-етичните и рехабилитационни аспекти на здравословното остаряване (Михайлова-Алакиди, В.), биологичната възраст като медико-социален проблем и повлияването й от някои ендокринни фактори (Визев, Кр.), макроикономическите последици от стареенето на населението в България (Съботинова, Д.), моделирането на процеса на остаряването у нас (Лилова, К.), политиките за социално включване и заетост на възрастните хора (Черкезова, Ст.), предвижданията за бъдещите

възрастни хора в страната (Койчева, С.) и др. (Михова, Г. Българските изследователи…, 2010).

Включването на повече млади изследователи по тези проблеми, издигането на квалификацията им в съответствие със съвременните теории и методологии за проучване на стареенето като многостранен процес, създаването на контакти между тях и предпоставки за координирани действия тепърва ще придобиват необходимите широта и дълбочина, както и обхват за действие, отговарящи на актуалността и злободневността на проблема. Все още сме на етапа на осмислянето на тази необходимост и предстои да бъдат положени много усилия, за да се получи желаният ефект, а младите хора в науката, управлението и социалната практика да възприемат решаването на пораждане от стареенето проблеми като своя мисия, призвание и отговорност.

Заключение

Проблемът за остаряването е предмет на научни проучвания, сигнализиращи за последствията му от демографско, социално и икономическо естество в течение на няколко десетилетия. Официалната позиция на Европейския съюз е ясно откроена в Лисабонската стратегия (2000 г.). Един основен елемент на съгласието на страните-членки е този за приемане на общ и единен план за действия в политиките за населението, в които да се отразяват последиците от остаряване на населението в Европа. На проблема се набляга и в обновената през 2010 г. стратегия, която се свързва с основните цели за развитие до 2020 г. и е насочена към човека, повишаване на образованието и стимулиране на технологичните иновации и творчеството.

Продължението на Лисабонската стратегия не е толкова по вид на дейностите, колкото до формиране на нов характер на растежа, съответстващ на националните цели. Той трябва да бъде интелигентен – да се осъществява на основата на развитието на знанието и иновацията, да бъде устойчив и ресурсоефективен, екологичен и въз основа на конкурентна икономика; вътрешно продуктивен – осигуряващ висока заетост и социално и териториално сближаване. Трансформацията е от ресурсова основа на икономиката към основа на общество на знанието.

Този растеж зависи от множество фактори, между които на първо място са човешките ресурси като обект и субект на развитието. Точно в този аспект не следва да се забравя, че те се състоят от различни по възраст и събития генерации. Най-сложни са взаимоотношенията между младите и възрастните, вече в пенсионна възраст кохорти, които все още не са откъснати в цялост от работната сила и пазара на труда, все повече изпадат в икономическа зависимост, бидейки поддържани от социални фондове и все още имат физически и интелектуален потенциал, както и право на спокойни старини. Проявите на влошени междупоколенчески отношения са често явление в съвремието предвид на сложните пазарни отношения и преразпределителни процеси, безработицата, недостатъците в здравеопазването и социалната политика, както и поради семейни причини и условия на образованието и възпитанието на младите хора. Въпреки това има възможности и средства за хармонизиране на отношенията между младите поколения и възрастното население. Един немаловажен принос в тази връзка е организирането на програми и проекти от ЕС за изследвания и политики за населението и възрастните. Те не само дават информация и представа за развитието на населението по възрастови кохорти и отношенията между тях, но и възпитават младите в дух на уважение и признателност към възрастните, каквито вече са и техните родители.

Литература:

Михова, Геновева. Българските изследователи за националните проекции на остаряването като глобална демографска трансформация. // Втори национален форум на изследователите по стареенето на населението в България.- София : ИИНЧ при БАН и др., 2010, с.48-73.
Михова, Геновева и др. Възрастните хора като трудов ресурс в развитието / Геновева Михова, Пенка Найденова. // Демографски процеси и работната сила в България.- София : ЦИН при БАН и др., 2009, с.199-224.
Национална стратегия за демографско развитие на Република България 2006-2020 г.- София : БАН, 2006.- 70 с.
Статистически справочник.- София : НСИ, 2008, с. 13-18.
Стратегия на ЕС „Европа 2020" http://ec.europa.eu/eu2020/index_en.htm
ERA-AGE 2. http://era-age.group.shef.as.uk
FUTURAGE. http://futureage.group.shef.as.uk

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

гл. ас. д-р МИЛЕНА ФИЛИПОВА
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

СПЕЦИАЛНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА СТРАТЕГИЧЕСКИТЕ БИЗНЕС ПОЛЕТА В ТУРИЗМА

SPECIAL FEATURES OF STRATEGIC BUSINESS FIELDS IN TOURISM

Chief Assistant Prof. Dr. MILENA FILIPOVA
SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The major goal of this paper is to reveal the opportunities for positioning of strategic business fields in the tourism enterprise. To this regard the essence of the strategic business fields is clarified. The criteria for the formation of strategic business fields applied in practice are also studied: according to the type of products offered, according to consumers' needs, according to the peculiarities of the particular regions, based on the sales channels available, based on the technologies used for the establishment of an assortment "umbrella" and mixed (two- or three-dimension) models, e.g. Customers – Areas – Products. The major research methods used in this work are the methods of analysis and comparison.
Key words: strategic business fields, tourism company, positioning, management decision

Introduction

Used mainly in military science the concept "strategy" has quickly invaded and gained positions in economic life throughout the last decades of the past century. In economics it is used to express processes in connection with the establishment and consumption of available and potential capacities of a business organization, which while counteracting the challenges of environment implements its enterprising goals and in the long run – achieves the desired result.

Even if later the strategic thinking invaded the tourism industry and became an irreplaceable attribute, a significant feature of the modern notion of the hotel-keeper, restaurant-keeper and tour operator of enterprise. Strategic management in tourism is established as an orderly, logically motivated and methodologically grounded system. It pursues goals defined in the long term, related to the overall management, guidance and adaptation of the tourism company in a specifically defined environment.

Strategic planning in tourism applies the concept of strategic planning in regard to the tourism enterprise. It substantiates the management decision to be adopted in order to "produce" attractive tourism products and services meeting the customers' needs, the frames within which they are to be planned and finally – who their particular consumers are. Strategic planning places the focus of management efforts on the issues of competitive advantages of the tourism enterprise. As far as its means of economic and management "interventions" are limited, the tourism enterprise has to utilize them in a way ensuring sufficient market chances while allowing the occurrence of some justified business risks.

1. Essence of the strategic business fields

The search for differentiated ways to apply the strategic "recipe" brought the researchers of the 1970's to the idea of strategic positioning of the enterprise on separate **business fields**. They were defined as strategic as they are a sphere of business activity, in which the defined strategies are "absorbed" and it becomes their actual implementation. Some authors associate the strategic business fields (SBF) with the strategic factors of success

or with the concept of the "strategic business units" implying respectively different more or less "fine" nuances.[1] Other authors make a clear difference between strategic business fields and strategic business units, emphasizing that the strategic business units make a notable market offer but require coordination with some other activities in regard to markets and/or resources. Unlike them the strategic business field is autonomous to a large extent: the strategic business fields do not share any markets or resources with other businesses."[2]

We can talk of strategic business fields when there is an independent use of resources that meet their competitive advantages. In some cases it is possible for the companies to re-organize in a way letting them to divide the shared resources and this way the business units are intentionally transformed into business fields. That is purposeful when it can be expected that the increase in motivation or results could compensate for the possible losses of costs or synergies resulting from the division of resources. But such a possibility is not taken into consideration upon the initial definition of strategic businesses, it can occur later in the course of discussion and evaluation of the strategic options.

The strategic business unit is a business having a key significance for the corporation success with a notable market offer, but the strategy of which should be adjusted to the strategies of the other business units within the corporation, as they are operating on the same market and/or are sharing the same resources.... **The strategic business field** is a business having a key significance for the corporation success, the strategy of which can be planned independently as it has an independent market offer and does not share to a significant extent any markets and/or resources with some other business within the corporation.[3]

The definition of strategic business fields as relatively independent parts of the corporation shows that there is only a small interdependence and synergy potential between them. In fact, the business field is a company within the company. The strategic business units present a particular marketing proposal within the frames of the strategic business field, or for a small company – a particular marketing proposal within the company itself. With their market-based interdependence and/or shared resources they are relatively tightly connected to other business units within the business field or the small company.

Based on the aforementioned we can summarize that the SBF are relatively differentiated and independent from one another product-market combinations for which specific result components are typical and individual and competent evaluations and conclusions are made.

2. Formation of strategic business fields

The strategic business fields are formed based on the implementation of various criteria. The following are used in practice:[4]

- Segmentation depending on the type of products offered;
- Segmentation depending on the customers' needs;
- Detailing of fields depending on the specificities of the individual regions (regional attribute);
- Definition of strategic fields based on the existing sales channels;
- Differentiation based on the technologies applied for the creation of the assortment "umbrella";
- Mixed (two- or three-dimension) models, for example Customers - Areas - Products – combinations, etc.

[1] Küspert A., Bildung und Beurteilung strategischer Geschaftsfelder, Bern, 1991, p.425-434

[2] Grünig R., Kühn R., Process-based Strategic Planning, Springer, 2005, p.127

[3] The same, p.128- 129

[4] For this issue refer to Hax S., Majluf N., Strategisches Management, ein integratives Konzept aus dem MIT., 2 Aufl, Campus Verlag, Frankfurt/M, 1991; Grünig R., Kühn R., Process-based Strategic Planning, Springer, 2005

It is difficult to determine the most suitable criterion among these for determination of a "clear" strategic field. In a large tourism company the differentiation is adequately homogenous and at the same time problematic.

The definition of the strategic business fields according to the **type and character of the tourism products and services offered** follows the logic of implementation of the sales policy of the tourism company. There are numerous possibilities and classification attributes, differentiating a given tourism product or service (or a group of products and services) from some other one. The following variants of tourism products can be used:[1]

- recreational
- massive;
- product designed for tourists demanding luxury ;
- only for married, only for single or combined for married and single customers ;
- business;
- medical and prophylactic ;
- cultural – cognitive;
- specialized;
- cruise;
- for children, young people, adults and combined for people of all ages.

The tourism products and services can be divided into typical (essential), secondary (accompanying) and neutral.

However, it should be taken into consideration that the practice of pack planning of products and services, as well as of general supply, hampers a lot the correct definition of one or several business fields segmented within the meaning of the criterion studied. It is very difficult to identify homogenous fields and bearers of responsibility according to which differentiated strategies shall be applied: starting from taking of decision for the creation of the tourism product, passing through the stage of "construction and development", then –promotion and innovation, and at the end coming to the protection against copying by the part of the competitors and the model of a new assortment "umbrella".

With the segmentation of the fields **according to the type and needs of consumers** a maximum grade of proximity to the market realities is achieved. On the other hand nowadays the customers have and demonstrate more or less homogenous needs. The unification of needs presumes consolidation and purposefulness of the activities of the managers in tourism. As a rule they ought to know their customers and to understand their problems.

With a view to the clarification of the issue of strategic business fields' formation according to the tourism customers' type and needs it is necessary to specify that the consumers in tourism and those travelling for recreation or entertainment shall be called tourists. „**The tourists** are temporary visitors whose stay at the place of visit exceeds 24 hours and can be classified with the following activities:[2]

- recreation, entertainment, rest, health, religion, sports, knowledge gaining
- business
- family reunions
- mission or meeting."

Based on the definition presented above we can identify the following groups of customers in tourism*:*

- Bulgarian tourists
- Foreign tourists
- Tourists travelling within Bulgaria
- Tourists travelling abroad
- Tourists undertaking holiday travels:

-in summer

-in winter

- Tourists undertaking non-vacation travels:

-for business purposes

-conferences, seminars, training

[1] For details on the products supplied by the tourism companies in Bulgaria refer to the results of the research carried out in Grancharova B., Segmentation of Market and Economic Benefits for the Companies Offering Tourism Products, B., 2003, 156-158

[2] Technical Handbook on the Collection and Presentation of Domestic and International Tourist Statistics, WTO Madrid, 1981

-for medical purposes

-to visit friends or relatives

-to visit a villa, country house or a property in some other settlement

- Tourists undertaking group travels
- Tourists undertaking individual travels
- Tourists with high personal incomes
- Tourists with low personal incomes
- Tourists undertaking long-term travels
- Tourists undertaking short-term travels
- Tourists travelling by car
- Tourists travelling by bus
- Tourists travelling by train
- Tourists travelling by air plane, etc.

Without entering into details in regard to the preferences to one or other form of grouping, it has to be emphasized that the segmentation based on categories of customers brings a greater essential and practical advantages as compared to the determination of the strategic fields depending on the variety of sales in tourism. Its advantages could be systematized, as follows:

- **The relevant independency of the individual strategic fields is preserved**. A tourism company would not deal, for example, with the group of “individual customers with high personal income”, if no “confusing” signals and problems come from the environment (national economy or international economic exchange) that threaten the precise identification of the customers and this way put obstacles in the way of the implementation of an autonomous strategy in that business field.
- **The segmentation as per groups of customers has become a relatively steady management activity.** This is due to the so-called effect of "attachment", i.e. the customers having long-term relations with the tourism company would hardly change it, especially if it offers attractive packs of products and services, notwithstanding that their contents (as volume types) is known. Hence, the reliable identification of the customers provides better conditions and opportunities for elaboration of one or several strategic fields based on the attribute studied. In other words the preferred approach can be formulated, as follows: ***from segmentation of the customers to definition of the strategic fields, provided with an extensive range of tourism products and services***.

The effect of the customers' "attachment" for the tourism company has to be supported and stimulated. From the positions of the strategic management of tourism it should be studied as a variety of relations and interests, resp. as a unique of demonstrated social and economic behaviour of the tourism company and of the customer. In practice it is easier and more efficient to identify new needs based on the types of customers than to reveal them based on the range of tourism products and services offered.

The definition of the strategic business fields based on the types of tourism products and services has the following disadvantage – **the complexity of the tourism products and services and their mutual interweaving.** When they are supplied individually or in a pack the tourism company is led by the determination to satisfy as a complex and in full the needs shown. But along with this positive focus of activities there are “shifting” and “penetration” of goals between two or more defined fields. If, for example, the tourism company has established an increased demand for business trips for a particular circle of customers if compared to a preceding period, the competence for meeting such the increased demand are not based only and exclusively in the “Business trip” field. As a consequence there will be a transformation to the field of “non-vacation travels". In practice there is a possibility of a lack of correspondence between the claims from the “outside" (the customers' needs) and the operative readiness “inside” (the co-ordination of these fields in the given example).

In regard to the large tourism companies with an international business the

segmentation of the strategic fields based on the regional attribute is in force. The global regard to the market (international and national) however breaks to a large extent the principle of homogeneity. Each country or a group of countries are unique with regard to their natural, cultural and social profile. The countries differ in regard to the risk potentials they generate, as well as in regard to their legislation.

The use of "Regional dislocation of markets" criterion reduces to a large extent the significance of the other two criteria, described above: the segmentation based on the product and services and on the customers. However there are reasons for the acceptance of those criteria as far as the place of the particular tourism enterprise is established on the international market along with its competitive power. But there is one more thing to be taken into account – the circumstance that the difference between the individual markets is progressively deleted, as the activities "merge" into one another and their description by the means of the classical definitions (e.g. for a market of the hotel product, market of the restaurant product, market of the tour operator's product) is very difficult and to a large extent - conditional.

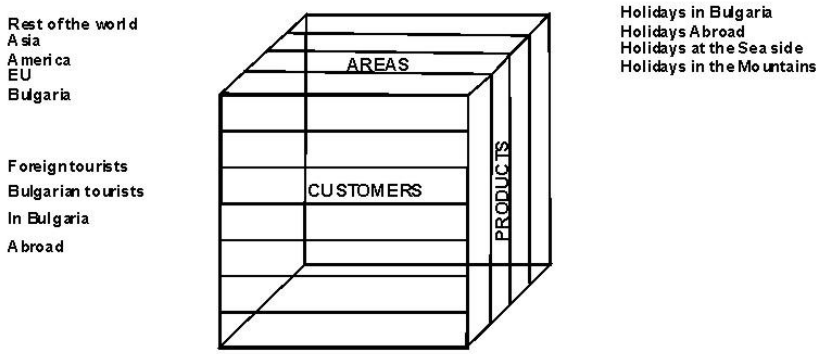
Through the combination of three criteria – customers, areas and products – the universal commercial banks have established a three-dimensional model referred to as ***CAP model*** **(Customers - Areas - Products - Model***).*[1] It provides for the formation of more than three strategic fields taking into consideration the advantages of each of the criteria included into this combination.

The general type of the CAP model for the definition of the strategic banking business-fields could be adjusted to the tourism enterprise and could be analyzed based on the exposition of the particular marketing and business philosophy it pursues (the adjusted model is shown on Fig.2.). Within this sense the following will be of significance:

- The range of sales and the technology with which the tourism company produces, offers and innovates its products and services;
- The achieved degree of identification of the attended and potential customers (according to the purpose of travels and the nature of the recreational and tourism activities, the tourists' origin, social-demographic features of the tourist flow, the type of transport means, the duration of holiday and travel, etc.);
- The state policy in regard to the marketing orientation of the country and its priorities – the traditional markets or new ones;
- The legislative conditions for the investment of foreign capitals, resp. for the establishment of joint ventures in tourism;
- The skill of the top managers and of the operating management of the tourism company in the conduct of a flexible policy in the situation of a loyal competition, etc.

[1]For details of the CAP model of the commercial banks, refer to Schmid P. Stragesches Bankmarketing zur Betreuung multinationaler Unternehmungen, Verlag Paul Haupt, Bern, 1990, p. 117- 118

***Figure 2**. CAP model of a tourism enterprise*



***Source:** Adjusted for the tourism enterprise after Schmid P. Stragesches Bankmarketing zur Betreuung multinationaler Unternehmungen, Verlag Paul Haupt, Bern, 1990, p. 118*

An exemplary list of businesses or spheres of business activities in tourism that can be defined as SBF is given below:

- Family and single holidays at the sea coast in Bulgaria for Bulgarian tourists ;
- Family and single holidays in the mountains in Bulgaria for Bulgarian tourists ;
- Family and single holidays at the sea coast in Bulgaria for foreign tourists;
- Family and single holidays in the mountains in Bulgaria for foreign tourists ;
- Family and single travels within the European Union ;
- Family and single travels to America ;
- Family and single travels to Asia and the rest of the world ;
- Business trips within the country and abroad ;
- Travels within the country and abroad for the purpose of participation in conferences, seminars, training courses ;
- Travels within the country and abroad for medical purposes ;
- Travels within the country and abroad for cultural-cognitive purposes ;
- Cruises.

This list presents the definable SBF. Of course, not all of the tourism companies define all these fields (or are capable of doing it). They are consolidated in a narrower range or are less in number depending on the tourism business implemented – hotel-keeping, restaurant-keeping, tour operator's and travel agent's business, on the financial resources the tourism enterprise operates with, on its organizational structure and other criteria.

Conclusion

The tourism enterprises will have a marked interest in investing their financial, technological and intellectual resources in the strategic fields promising higher incomes. However, such a management decision should be preceded by determination of expenses, revenues and risks of already defined fields. In other words they should be assessed and positioned. As a conclusion it could be said that each SBF has relatively independent goals, its own strategies and programs for undertaking one or other particular step. The strategic business fields are deemed a basic level of strategic planning. Their purpose is to develop appropriate types of

business to facilitate the achievement of goals of the tourism company. Thus competitive units are established that play an important system-forming role for the definition of priorities of the tourism enterprise

References:

1. Grancharova B., Segmentation of Market and Economic Benefits for the Companies Offering Tourism Products, B., 2003
2. Grünig R., Kühn R., Process-based Strategic Planning, Springer, 2005
3. Hax S., Majluf N., Strategisches Management, ein integratives Konzept aus dem MIT., 2 Aufl, Campus Verlag, Frankfurt/M, 1991
4. Küspert A., Bildung und Beurteilung strategischer Geschaftsfelder, Bern, 1991
5. Schmid P. Stragesches Bankmarketing zur Betreuung multinationaler Unternehmungen, Verlag Paul Haupt, Bern, 1990
6. Technical Handbook on the Collection and Presentation of Domestic and International Tourist Statistics, WTO Madrid, 1981

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

доц. д-р ГЕОРГИ П. ГЕОРГИЕВ
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“, БЛАГОЕВГРАД

ас. ДИЛЯНА ЯНЕВА
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“, БЛАГОЕВГРАД

ФОРМИ И МЕТОДИЧЕСКИ СРЕДСТВА ЗА ПОВИШЕНА МОТИВАЦИЯ В РАБОТНАТА ЗАПЛАТА

FORMS AND METHODOLOGICAL MEANS FOR ENHANCING THE WAGES MOTIVATION

Associate Prof. Dr. GEORGI P. GEORGIEV
SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Assistant Prof. DILYANA YANEVA
SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: It is necessary to achieve an adequate level of motivation in the employee’s behaviour to achieve maximum production efficiency at the maximum utilization of the workforce. Various motivating theories contribute significantly to improve the management approaches including the application forms and systems of labour’s payment. Ultimately that leads to "enrichment" and "expansion" of the labour, participation of hired workforce in the problems and ways of business management.
Key words: motivation, motivating theories, wage, multifactor systems of labour’s payment

Работната заплата или цената на работната сила е стойностна категория, която се налага в обществения живот и битието на пазарното стопанство като универсална икономическа форма и започва да се прилага и да функционира в най-широки мащаби, едва при наличието и утвърждаването на следните условия и предпоставки:

- отпадането на робската или феодална зависимост на човека, респ. след превръщането му от зависимо и безправно в обществото човешко същество в равноправен гражданин и юридически свободна личност в обществото;
- при наличието на стоково обръщение, пазар на стоки и услуги и развито парично обръщение;
- при наличието на значима диференциация в имуществата и богатството на хората в обществото и следователно в наличието на значителна разлика в разполагаемите парични средства на населението, изразена в липса и/или ограничени по-размер парични средства за средства за живот в една част от това население, както и обратното, в наличието на значително по-висок размер парични средства, в друга, по-малка и значително по-ограничена негова част.

Тази диференциация на наличните парични средства в населението на страната, както и обстоятелството, че значителна част от населението фактически са без средства за препитание, създава условия и възможност за търсенето на доходи за преживяване, срещу предлагането на трудови услуги срещу заплащане. Така предлагането на трудова услуга, респ. предоставянето на работната сила на човека на пазара на труда, придобива формата на глобален процес на търсене на доходи и на тази основа на процес на наемане на работната сила на трудоспособното население в страната и

нейното ефективно използване в икономиката срещу заплащане.

На фона на направената по-горе най-обща характеристика и отчитайки достигнатия етап в социално-икономическото развитие на страната, бихме посочили, че първоначалното съдържание и принципно предназначение на работната заплата може да се изрази и формализира в цената на необходимата материално-вещественa и духовна издръжка за живот на собствениците на работна сила, като паричен инструмент и стойностен еквивалент на съвкупността от средства необходими на собственика на работната сила за неговото биологично и духовно възстановяване и възпроизвеждане в условията на перманентно осъществяван трудов процес. Само на тази основа се създават необходимите условия и предпоставки за нормално съществуване на наетото лице и неговото семейство, измерени за периода, в който то е нает и използвано в полето на производството. Понастоящем всяка човешка дейност характеризираща се с наемане и използване в процеса на труда на работната сила на човек от друго лице – физическо или юридическо, се свързва с приложението на универсален стопански инструмент, който под формата на възмезден паричен еквивалент за оказваната трудова услуга, получава формален израз в определянето на парично (по изключение и натурално) възнаграждение за времето на използване, получило формата на заплащане за предадения и отчетен готов резултат. Тази практика, в условията на развито пазарно стопанство създава условия и предпоставки за осъществяване на нормален възпроизводствен процес, основано на изискванията на действаща правна система за право на лична свобода и лична материална заинтересованост и реализирано в живота чрез физическото, физиологическото и интелектуално възстановяване и развитие на човека и неговото семейство.

Изискването за постигане на максимална производствена ефективност при максимално използване на работната сила в условията на заплащане на вложения човешки труд е неразривно свързано с адекватна степен на мотивираност в поведението на работника или служителя, както и на начините, чрез които може да й се повлияе. В този смисъл 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);

За мотивацията, освен горепосочената дефиниция, могат да бъдат дадени и други формулировки. От множеството между тях бихме посочили следното: “Мотивацията е процес на подбуждане на себе си и другите към достигане на личните цели или целите на организацията”, друго като “степен на желание и избор, която е необходима на дадена личност за да се ангажира да прояви едно или друго поведение”, както и трето, което има претенции за синтез, като “желание да се достигнат високи равнища на усилия по отношение на организационните цели, които са обусловени от възможностите на усилията да удовлетворяват някой индивидуални нужди”.

Мотивацията за труд може да се осъществи по много начина, но два се считат за водещи:

* Чрез вътрешната мотивация, т.е. търсене, намиране и извършване на работа или постигането на определени резултати, които задоволяват вътрешно-

присъщи и обективни човешки потребности.

* Чрез външната мотивация, т.е. използването на методи като възнаграждение, повишение, похвала и др.

Във времето теорията на мотивацията се трансформира под въздействието на множество идеи, но по-важните и значими за теорията и практиката бихме класифицирали като:

* Йерархическата теория на Маслоу за потребностите. Според теорията на Маслоу (1943 г.) човешките потребности биват пет категории, които се подреждат в следната йерархична последователност:

а) физиологически потребности;

б) потребности от сигурност;

в) социални потребности;

г) потребности от уважение;

д) потребности от самореализация;

* Двуфакторната (хигиенната) теория на Хърцбърг (1959 г.) Според Фредерик Хърцбърг в процеса на мотивация съществуват два основни вида фактори:

А) хигиенни фактори;

Б) мотивиционни фактори;

От своя страна хигиенните фактори биват:

- фирмена политика;
- работна заплата;
- контрол над работата;
-междуличностните формални и неформални отношения;
- сигурността на работното място;
- условия на труд и др.

Към мотивационните фактори се отнасят:

- растеж в кариерата;
- постижения и успехи;
- отговорности;
- самостоятелност;
- привлекателност на работата и др.

* Теория на очакването на Врум (1964г.). Тази теория разглежда мотивацията като процес на осъзнаване, избор и управление на трудовото поведение. Виктор Вруум поставя акцент върху желанието на работника (служителя) да постигне определена цел и вероятността това да се случи при желано ниво на възнаграждението. В теорията на очакването ключовите фактори са:

а) очакване относно разходите за труд и получения резултат (РТ-Р);

б) очакване относно резултата и полученото възнаграждение (Р-В);

в) очакване относно полученото възнаграждение и неговата валентност (ценност) – (V);

Съотношението между трите фактора може да бъде изразено символично, посредством формулата:

Мотивацията М = (РТ-Р) х (Р-В) х V;

* Теория за справедливостта /за социалното сравнение/. Теорията на Адамс (J. Staci Adams) се основава на твърдението, че всеки човек определя субективно ценността на собственото си възнаграждение по отношение на положения от него труд, сравнявайки го с възнаграждението на хора, извършващи аналогични дейности или заемащи аналогична длъжност. В случаите, когато човек възприеме възнаграждението си за несправедливо, мотивацията му рязко спада, а съответно и неговото трудово представяне. Изследванията обаче сочат, че дори когато човек смята, че е надценен в работата си, трудовите му резултати не се подобряват.

Изводът от гореизложеното е, че интензивността на труда ще се понижава дотогава, докогата работниците /служителите/ смятат, че възнаграждението им не отговаря на положените от тях усилия, т.е. не е справедливо. Поради тази причина в системата за оценка на човешките ресурси е необходимо включването и на критерий за самооценка.

* Интегриращ модел на Портър-Лоулър. Лаймън Портър и Едуард Лоулър доразвиват теорията на очакването и теорията за справедливостта. Според тях върху

мотивацията на човека влияят пет променливи фактора, а именно:

* вложени усилия;
* възприятие;
* получени резултати;
* ценност на възнаграждението;
* степен на удовлетвореност.

Според модела Портър-Лоулър съществува вътрешно и външно удовлетворение, като първият тип лежи в основата на доброто и мотивирано трудово представяне.

Портър и Лоулър считат, че високите трудови резултати водят до удовлетворение, което е в противовес с теорията за "човешките отношения". В последствие тяхната концепция се подкрепя от множество изследвания на видни икономисти.

* Модифицирана теория на Олдърфър за потребностите. Клейтън Олдърфър от Йеилския университет (САЩ) модифицира теорията на Маслоу в ERG теория /от термините съществуване, отношения, растеж/, като според него съществуват три ключови потребности:

* съществуване - необходимост от основните материални потребности, или според Маслоу това са физиологичните потребности и необходимостта от безопасност;
* отношения – нужда от подържане на добри междуличностни отношения;
* растеж – стремеж към саморазвитие, т.е. самореализацията при Маслоу.

Олдърфър за разлика от Маслоу смята, че мотивацията на човек се определя не само от една потребност. Авторът счита също така, че дори когато по-нисшите човешки потребности не са задоволени, работникът или служителят се стреми да задоволи по-висшите такива, което се отрича от Маслоу.

* Теория на Маклелънд за трите потребности. Дейвид Маклелънд прокарва идеите си, че съществуват три ключови потребности по отношение на мотивацията:

* постижения/успехи – стремеж към успех и по-добро трудово представяне спрямо останалите;
* власт – необходимостта да подчиняваш на своята воля;
* принадлежност – добри и близки междуличностни отношения във формалната и неформална среда.

* Теория за познавателната оценка. В края на 60-те години на XX век след задълбочени изследвания от страна на Кемпбъл, Деси, Причард и др., се заражда "теорията на познавателната оценка". В основата й е залегнал принципа, че при външно възнаграждение на поведение, което до момента е било обект само на вътрешно възнаграждение, равнището на мотивация спада. До този момент изследователите смятали, че вътрешни мотиватори като отговорността, компетентността и постиженията не се влияели от външните мотиватори възнаграждение, условия на труд, междуличностни отношения.

* Теория за дейностните харатеристики. Съществуват концепции, според които върху трудовата мотивация и удовлетворение оказват въздействие някои отделни черти на дейностите и работите, както и тяхната комбинация. Привърженици на това виждане са Търнър и Лоурънс, които през 60-те години на миналия век провеждат изследване за определяне отношението между степента на удовлетворение на работниците/сътрудниците и броя на отсъствията им от работа. Оказва се, че работниците/сътрудниците предпочитат сложните и разнообразни работи, които могат да се групират в шест дейностни характеристики, като:

- разнообразие на работите;
- автономност;
- отговорност;
- знания и умения;
- работа изискваща обществени контакти и взаимодействия;
- работа предлагаща възможности за обществени контакти и взаимодействия;

Тази теория е важна за управленска практика. Мениджърите в една организация би трябвало да обърнат внимание на факта, че работниците са отделни личности със свои индивидуални качества и предпочитани. Ето защо те възприемат по различен начин извършваните от тях дейности и своята работа като цяло. Познавайки добре своите служители, мениджърът би възложил конкретните дейности на подходящите хора с цел да повиши тяхната мотивация и заинтересованост от работата. От друга страна внимание трябва да се обърне и на външните фактори, които също оказват голямо влияние върху удовлетвореността от работата.

* Теория за целеполагането. По-късно, в началото на 70-те години на 20-ти век, Едуин Локе разглежда целта като основен трудов мотиватор. Според него целта е основния подбудител на човека към добро трудово представяне. Поставянето на трудни, но постижими цели, води до по-добри резултати. Не трябва да се подценява значението на оценката и одобрението при добре свършената работа от страна на мениджъра, както и личната оценка на конкретния работник или служител. Включването на персонала в процеса на избор на цели също е от огромно значение за мотивационния процес.

* Японския подход към мотивация – последователи на "разгадаване" на „японското икономическо чудо" са учени като Оучи, Паскал и Атос. Те възприемат схващането, че мотивираният работник (служител) е този, който се отъждествява с организацията и нейните цели и интереси, този който е ангажиран не само физически, но и емоционално с дейността й.

От гореизложените мотивационни модели, а също и организационно-управленческите системи като подхода на икономически рационалния човек (Фр. Тейлър), подхода на социалния човек (Елтън Мейо), подхода на самообновяващия се човек (Маслоу, Алдерфер, МакГрегър, Аргирис, Херцберг и др.), подхода на комплексния човек и др. можем да заключим, че дейностите по мотивиране на човешките ресурси трябва да отчитат следното:

а) сложността на човешката психика, постоянно търсеща задоволяване на множество „стари" и „нови" потребности, стремежи и очаквания;

б) влиянието на условията на труд върху стимулирането и мотивирането на персонала;

в) динамичността и непредвидимостта на външната и вътрешната среда.

В заключение можем да споменем, че различните мотивационни теории спомагат в значителна степен за усъвършенствуване на различните управленчески подходи, в т.ч. и при прилаганите форми и системи на заплащане на труда. В крайна сметка, те водят до "обогатяване" и "разширяване" на труда, участие на наетата работна сила в проблемите и начините за управление на фирмите. На тяхна база сега се разработват най-широко използваните във водещите западно-европейски, американски и японски фирми и компании, форми и системи за проектиране и оценка на работните места, на форми и системи за заплащане на труда за извършената дейност и постигнатите резултати и т.н., които на практика целят от една страна отчитане в най-пълна степен на усилията на сътрудниците и техните мениджъри и от друга – създаването на условия и предпоставки за мотивация и заплащане на положения жив човешки труд.

В практиката на отделните фирми оценката на труда, респ. определянето на трудовия принос и определянето на тази основа на част или на цялото трудово възнаграждение за работници и служители, се осъществява по-много начини и методи и подходи, като един от водещите представлява измерването и установяването на равнището и динамиката на постигнатите трудови или производствено-стопански резултати.

Дейността по оценката на резултатите и формирането на тази основа на част или на цялото (брутното) трудово възнаграждение е предмет и съдържание на формите и системите на работната заплата, представляващи специфични методи за реализация на няколко цели и задачи, по-важните от които са:

* осъществяване на по-пълна (комплексна), по-точна и прецизна оценка на количествената и качествена страна на труда;

* насочване на материалната заинтересованост на работниците и служителите от постигане (изпълнение) на планираните показатели за производство и ефективност, респ. от тяхното преизпълнение спрямо отчетното равнище;

* обвързването на част или на цялото трудово възнаграждение от резултатите на производството и ефективността;

* постигане на максимална степен на хармония, респ. постигане на компромис между противоречивите интереси на работниците и служителите с интересите на работодателя чрез величината на работната заплата;

* мотивиране на наетите лица за постигане на цели и задачи, които са присъщи преди всичко на фирмата (организацията);

* създаване на условия и климат за социално равновесие, за утвърждаване на творческо отношение на хората на наемния труд към изискванията на производството, към пълноценна изява на наетите лица в процеса на труда и засилване на степента на отговорност, като условие за увеличаване на дохода от труд;

В нашата практика, както и в практиката на водещите индустриални страни, се прилагат най-разнообразни многофакторни форми и системи на заплащане на наетата работна сила. Разбирани като единство на принципи, правила, процедури, критерии, нормативи и практически средства за определяне на допълнителното трудово (премиално) възнаграждение, или на брутното трудово възнаграждение, тези форми и системи изпитват значително влияние от:

- опита и традициите на отделните страни;
- целите и задачите, които си поставят отделните фирми и организации;
- техническото, технологическото и организационното равнище на дадения вид производство;
- спецификата на осъществяваните производствени и трудови процеси;

В зависимост от насоката на материалната заинтересованост, респ. от характера и вида на опосредствуващите показатели, използвани за формиране на трудовото възнаграждение, многофакторните системи на работната заплата могат да бъдат разграничени на еднопосочни или на разнопосочни.

Еднопосочните многофакторни системи са тези, при които, както основното възнаграждение (тарифна заплата или заработка по разценки), така и допълнителното (премиалното) трудово възнаграждение се формира под влиянието и единствено на основата на използване на еднотипни количествени показатели, т.е. главно чрез равнището и динамиката на произведената продукция, респ. вложеното работно време. Пример за подобна система може да послужи тази, прилагана в мините и рудниците където, както основната заработка, така и допълнителното премиално възнаграждение на работниците и служителите се формира под влияние на еднородни фактори (показатели), като: изпълнение и преизпълнение на трудовите норми и изпълнение и преизпълнение на плана за производството по обем.

По своето икономическо съдържание еднопосочните многофакторни системи на работната заплата не се различават от еднофакторните, пред вид на обстоятелството, че стимулират работници и служители многократно за постигането на една и съща цел, при

реализиране приблизително на един и същи резултат.

Разнопосочни многофакторни системи са онези, при които допълнителното трудово или премиалното възнаграждение на работници и служители се формира под едновременното влияние на количествени и качествени показатели. Тези системи бяха призвани да насочват личната материална заинтересованост на изпълнителския персонал, както към увеличаване количеството на произвежданата продукция, но така също и към подобряване на качествените показатели в производството като: икономия на суровини, материали, електроенергия, инструменти и горива, подобряване качеството на продукцията, намаляване на брака,увеличаване на рандемана, подобряване използването на машините и съоръженията и т.н. Следователно, за разлика от еднопосочните многофакторни системи, където основната заплата и премиите на работниците и служителите зависят единствено от разхода на жив труд или от неговото количество, то при разнопосочните многофакторни системи величината на допълнителното трудово възнаграждение се намира в комплексна зависимост от изпълнението, както на количествени, така и на качествени показатели, свързани с ефективността.

В зависимост от конкретния начин, по който се отчита влиянието на отделните фактори (показатели) при определянето на допълнителното трудово възнаграждение (премията), многофакторните системи могат да се проявяват като зависими или като независими.

Зависими многофакторни системи са тези, при които за основа при изчисляването на допълнителното трудово възнаграждение (премията) на изпълнителите се използва определената основна заплата на лицето. За целта основната заплата се коригира с определен процент (или коефициент), който отразява изпълнението, респ. неизпълнението или преизпълнението на останалите показатели, изграждащи съответната многофакторна система.

Според допустимата насока на вариране на коригиращия коефициент зависимите многофакторни системи могат да се приложат в следните три модификации:

* Едностранно санкциониращи (условни);
* Едностранно стимулиращи;
* Двустранно санкциониращи или стимулиращи;

По принцип приложението на едностранно санкциониращите системи на работната заплата се свързва с използването на такива показатели, като спазване на трудовата дисциплина, поддържане на висока култура на работното място, навременно снабдяване със суровини и материали, спазване графика за почистване (ремонт) на машините и съоръженията и др., които нямат количествено развитие. Те могат да се изпълняват или неизпълняват, но не и да се преизпълняват. От тази гледна точка те имат характер по-скоро на условие, а не на показател, позволяващ количествено развитие и измерване. В съответствие с посоченото приложението на тази система може да доведе единствено до запазване или намаляване на основната заплата на работниците и служителите.

За разлика от посочените по-горе едностранно санкциониращите системи, приложението на едностранно стимулиращите системи на работната заплата позволява при изпълнение и преизпълнение на опосредстващите показатели за резултатите от производството, както запазване на основната заплата, така и формиране на допълнително трудово възнаграждение (премия), в зависимост от фактическото изпълнение на показателите, опосредствуващи резултатите на труда и производството. В условията на индивидуална организация на труда, зависимостта за определяне на

трудовото възнаграждение при тази система на работната заплата има следния вид:

ТВ = ОЗ + ОЗ х (СИоп – 100) Ни,

където:

ТВ е трудовото възнаграждение;
ОЗ – величината на основната заплата;
СИоп – степента на фактическо изпълнение на опосредствуващите показатели;
Ни – норматив за определяне на допълнителното трудово възнаграждение (премията) за всеки процент изпълнение (преизпълнение) на опосредствуващите показатели;

Независимите многофакторни системи на работната заплата се характеризират с обстоятелството, че всеки от заплато-определящите показатели има и оказва самостоятелно влияние върху величината на трудовото възнаграждение. При тези системи, отделните фактори, оказващи влияние при определянето на заплатата, се проявяват относително самостоятелно. В тази насока могат да се отнесат системите, стимулиращи работниците и служителите към икономия на суровини, материали и енергия, инструменти, намаляване на технологически неизбежния брак и т.н. В практиката на нашите промишлени предприятия, преобладаващо и най-широко приложение намери едностранната независима поощрителна система. Характерното за нея е това, че когато производствените работници реализират определена икономия от подобряване на регламентираните заплато-формиращи показатели /примерно на горива и енергия/ към сумата на основната заплата се прибавя и част от сумата на реализираната икономия, съгласно зависимостта:

ТВ = ОЗ + Ик х Нрз,

където:
ТВ е трудовото възнаграждение на работника или служителя;
ОЗ – величината на основната заплата;
Ик – сумата на реализираната икономия от горива и енергия;
Нрз – норматив за работна заплата, определен в зависимост от величината на реализираната икономия;

В нашата страна определянето на трудовите възнаграждения на категорията работници в съответствие с практиката на прилаганите многофакторни премиални системи на работната заплата се постави преимуществено в условията и при приложението на колективната, респ. екипната организация на труда. При тези условия трудовото възнаграждение и премията на работниците се определя в зависимост, както от личните достижения на конкретния работник, но така също и от производствено-стопанските резултати, отчетени от бригадните колективи. За тази цел се използват първо, показатели, които характеризираха и оценяваха количеството и качеството на произведената продукция от целия екип (чрез отчетената изработката на бригадата), а впоследствие, следва да се осъществи процес на отчитане и определяне на личния принос на конкретния работник в бригадата. Това се осъществява посредством използването на комплексна система от показатели, отчитащи, както вложеното през отчетния период работно време, но така също и чрез използване на коефициент за трудово участие (КТУ). Последният елемент е призван да осигури необходимата степен на мотивация чрез определяне на комплексна оценка за личния принос на отделния изпълнител, по отношение на показана квалификация, сръчност и темп на работа, при едновременното отчитане на онези параметри за тежест и условия на труда, при които е зает с работа

конкретният изпълнител, на показателите свързани с проявената в отчетния период трудова, производствена и технологична дисциплина, на възможния факт за изпълнение на близки и сродни професии и специалности, прилагането на челен (водещ) опит и т.н.

Системата, по която се формира трудовото възнаграждение на работниците може да се илюстрира посредством следните две най-широко застъпени зависимости:

а) на първия етап - формиране на бригадната заработка (фонд "Работна заплата" на бригадния екип), съгласно зависимостта:

БЗ = { КП х Рс/к} + {Пз х Нрз},

където:

БЗ е величината на бригадната заработка;

КП – количеството продукция, произведена от бригадата (екипа, участъка);

Рс/к – сделната или комплексна разценка (работната заплата за 1-ца изделие);

Пз – заплато-определящи показатели, характеризиращи ефективността на производствената дейност на бригадата – качество на продукцията, икономия на суровини, материали и инструменти, степен на използване на машините и апаратите и т.н.;

Нрз – нормативи за работна заплата като част от реализирания ефект по изпълнението на заплато-определящите показатели;

б) на втория етап – отчитане на личния принос на всеки работещ в бригадата и формиране на индивидуалната заработка съгласно зависимостите:

ТВр = /Чч х ОЗи/ х КТУ х Кр, и:

БЗр
Кр = ----------,
{ Чч х ОЗи }

където:

ТВр – индивидуалното трудово възнаграждение на работника за периода (месеца);

КР е коефициент на разпределение на бригадната заработка;

Чч – човекочасовете, вложени от членовете на екипа, бригадата в отчетния период (месеца);

ОЗи – определените индивидуални основни заплати на изпълнителите по тарифни ставки;

КТУ – коефициенти за трудово участие, характераизиращи личния принос на членовете на екипа /бригадата/ за отчетния период.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Георгиев, Г., Икономика на труда, изд. Милениум, С., 2007
2. Спасов, К., Управление на човешките ресурси, изд. АРТ ГРАФИК, 1999
3. Шопов, Д. и др., Икономика на труда, изд. Тракия-М, С., 1999
4. Шопов, Д., Атанасова, М., Управление на персонала, изд. УНСС, С., 1995

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

д-р СУЕЛА ГЕРДХЕ
УНИВЕРСИТЕТ "ФАН. С. НОЛИ", КОРЧА, АЛБАНИЯ

РАЗНООБРАЗИЕТО НА ЛИЧНОСТНИТЕ ЦЕННОСТИ НА ПОКОЛЕНИЯТА, ВЪЗДЕЙСТВИЕ ВЪРХУ ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

THE DIVERSITY OF PERSONAL VALUES OF GENERATIONS, THE IMPACT ON PROFESSIONAL CHARACTERISTICS

Dr. SUELA GERDHE
UNIVERSITY "FAN. S. NOLI ", KORCE, ALBANIA

Abstract: The workplace in Albania, every day is undergoing radical changes. Behavior orientation of different age groups in the workplace is one of the challenges of management. The positioning of organizations in the future requires a new approach of life and relationships in the organization. The article addresses the diversity and conflict of personal values between generations and the perspective of professional characteristics. The article highlights the new trends in the workplace and supports the idea of cultivating a new generation, as a potential leader of new models of organization.
Key words: Personal values, professional characteristics, trends in the workplace

Entry

"The work world is changing rapidly." Although it may seem trite, this expression has probably never been more true than it is nowadays. Not only management practices and forms of organization have changed the last 20 years of transition, but employees as work force have reflected different expectations when it comes to determine the individual values, relationships and professional characteristics of the organization.

In the multitude of changes, the work environment has changed dramatically compared to the past. The issues that career employees are confronted in the beginning and in continuity include: 1) the dissatisfaction and disappointment from the "reality" of the organization, 2) the natural pressure that exists between older and youth workers, 3) the conflict of personal values and professional characteristics, 4) the implied contract that exists between the individual and the organization, and its consequences.

Current research confirms that these issues will continue to be problematic for organizations. The purpose of this paper is to examine changes in Albanian society and their potential impact on individuals born and raised in different economic, political and social periods. The paper answers the following questions.

Is there any diversity in the personal values of employees in Albania?

What is the impact of personal values in professional characteristics?

Why the relationship, which take place between the employee and the job characteristics, is different for different age-groups?

The issues of subgroups cooperation, the approach of personal values and professional characteristics in business organizations is directly and indirectly connected to many specific factors related with business development in Albania. The factors responsible for the discrepancy are:

• The social identity of different generations.

• The specific developments of Albanian society.

• Ease adaption to changes.

"Experiences have shown that in periods of rapid social and economic development,

in periods of historical changes, the relations among generations experience important changes. Interaction between the acceleration of history and ability to shape the world are creating an unprecedented dynamic of uncontrolled change. Consequently developments of relationship between generations in the business world are partly unpredictable. [1]*Buchowicz, B* (1990).

In the workplace, subcultures of generation are created by members, histories and values of whom are differentiated, and this inevitably will affect their professional characteristics. According to [2]*Rosabeth Moss Kanter*, "..... attributes and demographic values create and influence the behavior in every organization, so if we want to influence professional behavior we should address toward personal values". The employees of an organization exhibit conscious or unconscious, similar or different behavior depending on their social identities, so:

- The values according the subgroup that they represent;
- The values of regional culture.

So, each generation owns specific values of the group (the value of stereotypes) that they represent and the values of region where they lives and works. They accept and use symbols, behavior, different rituals. They protect and represent the interests and professional characteristics that depend on these values.

The differences of values between generations.

From global perspective, the issues of differences among generations are present in all countries, in private or public enterprises, but in former communist countries (including Albania) these differences are more profound and more specific. Born and raised in different times, in incomparable political and economic systems, certainly the representatives of each generation in Albania possess different perceptions and behavior and very often lead to conflicts in the workplace. One of the problems which businesses are facing nowadays in Albania is the diversity of generations (among group ages) in the workplace, and the problems of changing the perceptions and mentalities between them. The question that the psychologists, sociologists and business leaders raise together is how to achieve a suitable combination of personal values between generations in order to increase the satisfaction in the organization. This will serve the development of new professional features, the adaptation of new technology and the balance of personal and professional life.

Different studies classify the generations into three groups, called the subcultures of generations. [3]*Rosabeth Moss Kanter*, argue. "The classification of the generations is subjective not scientific, but related to specific space of time. This subjectivity is not a real problem, because the changes in the years did not affect the description of model generation". The individuals that belong to different generations have features that change to a large extent from the political, economic and social climate, in their youth.

- First-generation, individuals born between years (1948 - 1964)
- Second-generation, individuals born between years (1965 - 1980)
- Third-generation, individuals born between years (1981 - 1999)

The generation of years (1948-1964)

They are born after the Second World War, along with many memorial events (political, economic, social). This generation in Albania experienced a difficult economic life, far from the standards of other countries. The totally dictatorial system of that period continues to influence till now their values, attitudes, behaviors, practices, and the extent of role conflict in their workplace. Nowadays, they have to

[1] "Cultural transition and attitude change" Journale of General Management (1990): 45 - 46

[2] "Men and women of the Corporation" 1993. New York p. 51-52

[3] "Men and women of the Corporation" 1993. New York p. 51-52

struggle more in order to follow the changes. The personal values that they represent are defined by the fact that Albanian society before 1990 was a collectivist masculine society with low and uncertain deviation. The values of dependency, solidarity, harmony, responsibility, support, continue to be the part of the value system of this generation. These values affect directly the general characteristics that appeared to have this age group in the workplace.

- Tend to be process-oriented;
- Often appear not optimistic;
- They have oriented job ethic
- Have a specific approach (hate/accept) for the authority;
- They evaluate relationships, loyalty and they have a team orientation;
- They respect organizational hierarchy;
-They evaluate more the stability than the turnover in the workplace.

Second generation, the generation of years (1965-1980)

In the case of Albanian society, this generation became initiator of system destruction and expulsion from coexistence between generations. This generation is more comfort with changes, rather than the past generation. During the teenage years they experienced two different economic and social systems. They lived the transition period, lack of faith, experienced the destruction of values of system and continue to integrate the efforts towards a new and unknown world. This generation for the first time brought in Albanian the new cultural and individualistic values and set into question some of the existing values. For this reason, they always look for emotional and financial security. At the work place their values, beliefs and professional characteristics appear not clean. There is a combination in different measures that vary depending on the situation. The employees of the second generation:

- Are oriented by the results and hold a skeptical view on the organization's policies and programs;
- They tend to have a balanced work ethic;
- They are relatively influenced by the authority;
-They have different levels of commitment in relationships.
-They are individualistic in their orientation and tend to be independent;
- They want to have a quick feedback and keep things under control.
- They emphasis on stability rather than movement

Individuals that represent the third generation (1981-1999).

Argumentet by Ines A. Murzaku, Z. Dervishi [1] they are fewer in number. They are different than individuals that belong in two first groups. This group is characterized by teens in the period of transition and new economic and political developments. Being in front of globalization and integration need they are the only ones that possess or seek to possess a different system of values. The need to be contemporary put them in front of new challenges. In the terms of successive changes in cultural dimensions, this group owns low uncertain deviation, and high individualistic orientation.

Rebecca Hunter reveals that: "in developed countries, they are more educated, independent, living on rent and are more single than married. They had a planned childhood and are grown in smaller families. This mode of life has made them feel special and desired"

The economic and political changes in Albania were associated with changes in social and professional interests. These interests became more private than social. This is the generation for which is shown more special care (in terms of their childhood). Their teen age was relatively good. The most important change with impact in this generation was that economic. The increase of inflation and the decrease of their level of income was associated with employment problems, marriage, and commodity of life. They are optimistic in terms of life insecurity and

[1] Ines A. Murzaku, Zyhdi Dervishi Albanians' First Post-Communist Decade. Values in Transition: Traditional or Liberal? East European Quarterly, Vol. 37, (2003)

labor market, because they have more trust and ambition.

Low uncertainty avoidance has become their life's philosophy, because they seek independence at work, in finance, in life and in relationships. They have positive attitudes toward physical and professional movement. Seeking the best of themselves they risk for studies or a better life. The youth generation have high turnover in terms of career, training and retraining.The relationship between technology and third generation is high. The use of computer, CD, cable TV and other electronic devices made possible for this generation to gain a new way to evaluate time and space. They want things to happen quickly. Everything is focused on the moment, on speed connection but not to its quality. The use of technology is too important for this generation as it serves their social life and their relations with others. They have a different perception of space, thinking them not far from globalization.

The personal and cultural values that they hold and enrich are similar to those of peers in the world. They share a global culture, music, fashion, festivals and moovies. They exceed national policy issues and support international policies related to the community. The distance between the issues and countries, between national and international, personal and global, is being reduced. The typical problems today for this age group are conflicts with parents, problems in friendships and relationships, drug abuse, alcohol and lack of school interest.

Their general characteristics appear as follows:

- They are more optimistic and tolerant;
- Are oriented toward achievement and success;
- Aim to be open-minded and integrated;
- Not always trust authority;
- Have faith in individual work are challenging and risk takers;
- Aim to gain education abroad at high levels;
- Opt physically and mentally towards globalization.

As stated by [1]*Hunntler, R. (2006),* the values and interests of each generation are differentiated not only from the fact that they represent values in the age group which includes, but because their values are influenced and defined by cultural values in the region where they live and work.

Referring to the changes of cultural dimensions and the new values we argument that the young generation is characterize as:

- Masculine's values are dominant (for women and for men).
- Are largely oriented towards individualism (are competitive, independent, optimistic, selfish).
- Have low uncertainty avoidance (risky, ambitious, innovative).
- Tend towards the elimination of barriers of authority, due to personal and professional growth.

We argument that the old generation tends to:

-Combine the masculine with feminist values.

- The collectivistic tendencies are dominant (proximity and social support, harmony, care, tolerance, respect);
- Have high uncertainty avoidance, make efforts to plan uncertainty and are planners rather than risk takers.
- Being not very flexible against changes they demand authority respect and power distance.

Diversity and specification of generational values in Albania, definitely put important issues and situations in the workplace. Some of them put individuals in conflict situations. The most conflict issues are related to work ethics, loyalty, management, political and issues of trust and understanding.

Values that differentiate less gender subcultures include "attitude towards technological advancement" and "inclination to change." The above mention values are not indications that conflict these groups, but two powerful indications that reach to an interesting conclusion.

[1]"Generations, Social Change & Writing" p. 351- 360

First, they show the new values that dominate the new generation (the trend toward change and contemporary)

Secondly, a strong trend by age group of elders to earn masculine values, that can adapt change.

The differences are related to the degree of readiness, that individuals of each generation master the new values. Young people show that they are prone to competition, oriented to achieve individual work.

The table below presents the full diversity of professional characteristics of generations in the workplace in Albania.

Tab. 1. The characteristics of generation in work place

Generations	**(1948-1964)**	**(1965- 1980)**	**(1981-1999)**
Work ethich. Values	Effective work Personal commitment Autoritarian	Eliminates duties. High confidence Structuring	High confidence Entrepreneur
The work is	An adventure	Challenge	A way to achieve goals
Lidership	Consensual Collegial	Authoritar	Democratic. Free initiative
The integration style.	Teamwork	Entrepreneur	Participant Free iniciative
Communication	Personal	Directly	E-mail. Telephon
Awards	Does not value money Recognition, title.	Freedom	The nature of work
Motivation	Assessment in group Moral evaluation	Independence The lack of rules	Creativity Responsibility
The work and family.	Work to live	Balance	Balance

Promotion of new generation as a potential leader

The Albania is the country with the youngest population in Europe. Its population is the ideal factor for economic development. There is a large number of young people who have studied at home and abroad or have worked with projects and organizations. However, the youth is slightly integrated into the management structure of organizations. The real stage of development of business requires new employment policies and workplace orientation. [1]Therefore the objective of human resource management requires to involve this generation in public and private administration, and to mobilize potential youth as an opportunity to create support and strengthen new professional features.

On the other hand there is a large number of experienced professionals that participate less in business management issues. But actually in private businesses the potential and the experience of these people is underestimated because of the diversity of their personal values with those of the younger generation.

The Albanian economy needs people with potentials. All human resources must be mobilized. Therefore, each management

policy should aim to maximize utilization of human potential: (1) youth and (2) employees with professional experience in order to build an economically developed country. Coordination of potentials and professional characteristics of humans must take place.

In this new environment, the ménagers that will success will be the one that will help new employees, that will promote the initiative and will coordinate the talent of individuals with group projects. They will contribute in the success and happiness of future employees of their generation. The new organization is characterized from new type of managers. These managers move beyond the traditional type of working. They accomplish the general goals of organizations.

Conclusions

- The drastic changes in the Albanian society have affected the diversity of personal values among generations.

- Each generation possesses the specific value of the group (the value of the stereotype) and represents the values of region where they live and works. They recognize and use symbols, behavior, different rituals, protect and represent the interests and professional characteristics, depending on these values.

- The trends in the workplace generational support the idea of cultivating a new generation as a potential leader of new models of organization. Therefore, the objective of human resource management requires the involvement of this generation in public and private administration, and mobilizes youth potential as an opportunity to create support and strengthen new professional features. However, management policies should aim to maximize utilization of the potentials of young and experienced professional staff.

[1] Totozani, I “Authoritarism” Journal “Shekulli”

Literature:

1. Hofstede, G "Identifying Organizational subcultures: An empirical Approach. Journal of Management Study. (1998) 204-224
2. R. M. Kanter "Men and women of the Corporation" (1993). New York McRobbie, A. "Feminism and Youth Culture." London: Macmillan, (1991) 42-60
3. Zemke, R. Raines, C "Generation at Work" Managing the Clash of Veterans, Boomers and Nexters in your Workplace. (Amacom 2000)
4. Hopkins, Sh. &Mallette, P. "Generation's subcultures" (2002) 12-91
5. Kenndy "Corporate Cultures, Corparate Rite and Rituals of Life"
6. Hunntler, R. "Generations, Social Change & Writing" (2006) 345-403
7. Stephen P. Robbins 'Organizational Behaviour' Concepts, controversies and applications.(1989) 430 -. 450
8. Giacomino, D. E. & Eaton, T. V. Personal Values of accounting alumni: An empirical examination of differences by gender and age "Journal of Managerial Issues (2003). 183-197
9. Robbie, A & Mica, N. "Gender and Generation." London: Macmillan, (1984). 81-89
10. Georgas, J. "Changing Family Values in Greece: From collectivist to individualist." Journal of Cross-Cultural Psychology 20: 80-91. (1989).
11. Sokol, L "The Albanian society in changing" Onufri-Soros Foundation, (1999)
12. Hana, L. "The Economic Transition in Albania: the traversed path and challenges for the future.
13. Maliqi, N "The feeling of insecurity in the instability" 2009, Journal "Start"
14. Totozani, I “Authoritarism” Gazeta Shekulli
15. Ines A. Murzaku, Zyhdi Dervishi Albanians' First Post-Communist Decade. Values in Transition: Traditional or Liberal? East European Quarterly, Vol. 37, (2003)
16. Kanter. R“Cultural transition and attitude change” Journale of General Management (1990): 45 - 46

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, ГОД. VII, №1

доц. д-р ДЕСИСЛАВА СТОИЛОВА
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ", Благоевград

доц. д-р ПРЕСЛАВ ДИМИТРОВ
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ", Благоевград

ПУБЛИЧНИТЕ НАУЧНИ ФОРУМИ, ОРГАНИЗИРАНИ ПО ПРОЕКТ С АКРОНИМ „ROWER", ФИНАНСИРАН ПО 7-МА РАМКОВА ПРОГРАМА ЗА НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА ЕС

THE PUBLIC SCIENTIFIC EVENTS ORGANIZED UNDER THE "ROWER" PROJECT FINANCED UNDER THE EU 7TH FRAMEWORK PROGRAMME FOR SCIENTIFIC RESEARCH

Associate Prof. Dr. DESISLAVA STOILOVA
SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", Blagoevgrad

Associate Prof. Dr. PRESLAV DIMITROV
SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", Blagoevgrad

Abstract: The aim of the present paper is to present the public scientific events organized under the project named "Building a knowledge **R**epository for **O**ccupational **W**ell-being **E**conomics **R**esearch", also known as the "ROWER" Project and financed under the EU 7th Framework Programme for scientific research. The project aims to settle the fundamental basis that will enhance research on Occupational Health and Safety (OHS) Economics, which will allow for the development of policies regarding this issue. A significant part of the efforts for the achieving of this goal are the envisaged and already carried out public scientific events: two international scientific conferences and two specialized working group meetings. The two specialized Working Group (WinG) meetings were held in Netherlands (Amsterdam, September 17-18, 2009) and Bulgaria (Sandanski, April 15-16, 2010), while the two ROWER conferences took place in Turkey (Izmir, April 23-25, 2009) and Romania (Sinaia, April 28-30, 2011). All these four scientific events succeeded to attract more than 100 leading OSH scientists from across Europe and North America, as well as representatives of the occupational health and safety authorities on both European and national level. Thus, these events succeeded to overcome their pure scientific nature and achieved and active stakeholders' involvement and participation.
Key words: occupational health and safety economics, public scientific events,

I. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ ЗА СЪЩНОСТТА И ЦЕЛИТЕ НА ПРОЕКТ „ROWER"

Проектът „**Създаване на възобновимо депо от знания за изследванията в сферата на икономиката на благополучието на работното място**", известен още като **Проект „ROWER"** съгласно абревиатурата си на английски език, е финансиран по 7-ма Рамкова програма за научни изследвания има за цел да изгради фундаментална основа, която ще позволи разширяване на изследванията в областта на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място, като по този начин ще се спомогне за разработването на съответните управленски политики в тази област. Тази цел се предвижда да бъде постигната чрез координационна дейност, която вече е привлякла и ще продължи да привлича към съвместна

работа водещите икономисти в Европа в сферата на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място. Техните знания се предвижда да бъдат събрани посредством осъществявани прегледи на литературата, съвместни срещи и конференции, както и да бъдат направени достояние на научната общност и обществеността в Европейския съюз и останалата част на света посредством едно динамично възобновяемо депо от знания, което ще обхваща въпросите, с които се занимава икономиката на безопасността и здравеопазването работното място и ще позволи създаването на дискусия и обмяната на идеи, принципи, конкретни изследвания и съответния управленски и измерителен инструментариум.

Главна цел и основни под-цели

Главната цел на Проект „ROWER" е да ускори и насърчи изследванията в сферата на икономиката на здравеопазването и безопасност на работното място чрез един структуриран и изпълнен с подкрепящи мерки „инкубационен период", по време на който се предвижда да бъде договорена и формулирана фундаменталната основа на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място като научно направление, за да се позволи на нови учени и изследователи в тази област да надграждат вече постигнатото. В последствие, Проект „ROWER" цели да привлече и нови изследователи и да ги улесни при започването на техните изследвания посредством осигуряването на един цялостен и постоянно усъвременяем он-лайн наръчник и справочник за съответните научни публикации и разработки.

Тази цел се транслира в споменатото вече динамично депо от знания, което започва със съществуващото в началото на проекта „Изследване на състоянието" и се предвижда да бъде развито по време на тригодишния живот на проекта чрез усвояване на научните приноси на водещите изследователи в тази област на науката. Тези научни приноси е предвидено да бъдат насърчавани и разширявани структурирана съвкупност от конференции и планирани среши на специализирани работни групи по определени теми в областта на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място. Участието на учените в тези научни форуми се подпомага чрез частично финансиране на разходите по пътуване на водещите научни изследователи.

В допълнение, Проект „ROWER" има за цел да постигне дори нещо повече чрез подпомагане и разширяване на информацията и документацията, предназначена за заинтересованите лица и организации, като вземе под внимание и техния принос. Он-лайн форумите се предвижда да предоставят възможност на заинтересованите лица и организации да бъдат отговорно информирани относно определени въпроси по разработването на управленски политики в сферата на здравеопазването и безопасността на работното място. В допълнение се предвижда също така Проект „ROWER" да създаде групи за комуникации от заинтересованите лица и организации (най-вече правителствени организации, организации на социалните партньори), на които да им бъдат изпращани най-новите разработки по Проекта и да им бъдат представяни тяхното съдържание. Това е една дейност на Проект „ROWER", която пряко ще изведе постигането на неговите цели извън чисто изследователския му обхват.

За да се постигнат така описаните цели, трябва да бъдат изпълнени определени изисквания с цел осигуряването на подходящи условия за ефективна работа.

Международно равнище на научните изследвания представлява едно от тези изисквания. Проблематиката на икономиката на здравеопазването и безопасността на

работното място не може да бъде успешно разрешена само и единствено на национално равнище, тъй като националните особености създават обърквaщи и противоречиви ефекти, особено когато икономиката е отворена, какъвто е случая с ЕС. В допълнение, в световен мащаб броят на изследователите в областта на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място е ограничен. Тяхната експертно познание е ценно и необходимо, но поради бюджетни и управленски ограничения това не може да бъде осъществено посредством участие на техните институции в Консорциума по изпълнението на проекта. Поради тази причина **първата основна под-цел на Проект „ROWER" (O1) е да привлича участие на отделни експерти**, като по този начин се подпомага провеждането на работните срещи на специализираните работни групи и научните конференции. Едно подобно участие е ключово изискване за високото равнище на научно изследователската дейност и създаването на мрежови контакти.

Друго изискване представлява използването на **мултидисциплинарания подход**. Икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място е тема, която намира отражение в много модули на учебни дисциплини като „Обществено здраве" и „Икономика на здравеопазването". Това свидетелства за различните аспекти, които следва да бъдат разгледани при изследване на икономическото измерение на една такава мултидисциплинарна тема, каквато е здравеопазването и безопасността на работното място. Дори при разглеждане единствено на икономическото измерение на тази тема, определени аспекти от инженерните науки, науките за здравето, психологията и икономическата теория могат да способстват за изграждането на една цялостна картина, която е необходима като основа за разработването на съответните управленски политики. По този начин, **втората основна под-цел (O2) на Проект „ROWER" е да отговори на това изискване посредством същността на участващите институции, които съчетават всички научни дисциплини, включени в здравеопазването и безопасността на работното място.**

Разпространяването на постиженията на Проекта и отвореността му към обществения контекст като цяло (най-вече по отношение на участващите заинтересовани лица и организации като правителствата и техните институции, социалните партньори, неправителствените организации и т.н.) представлява друго изискване, тъй като в една такава обществена и политическа проблематика с разнопосочни (а понякога дори конфликтни) интереси, каквато е здравеопазването и безопасността на работното място, участието на заинтересованите лица и организации е задължително. По този начин, **третата основна под-цел (O3) на Проект „ROWER" е да изпълни това изискване чрез осигуряването на откритост на научно-изследователската си дейност към съответстващата й научна общност.**

Ускоряване и улесняване на научно-изследователската дейност в областта на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място представлява друго изискване. Изследванията в сферата на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място е необходимо да бъдат своевременно развити в структурирана и независима изследователска област, за да може да бъдат наваксани бързите проблеми в работната среда (новите форми на заетост, новите технологии, новите рискове, новите изисквания), в икономиката (глобализацията, конкуренцията, намаляване силата на синдикатите) и в обществото като цяло

(застаряване на населението, имиграцията, повишаване на интереса към здравеопазването и т.н.). Така, **четвъртата основна под-цел (О4) на Проект „ROWER" е да осигури „инкубационна клетка", която насърчи и ускори развитието на научните изследвания в тази научна област.** Това се предвижда да бъде постигнато посредством един продължителен и цикличен период на реализиране и събиране на научно-изследователски приноси, на обработката им и включването им в възобновяемото он-лайн депо от знания, което ще подпомогне учените и изследователите да откриват необходимата им научна литература, като по този начин ще улесни разработването и постигането на научните им приноси.

Накрая, последното изискване се явява в лицето на **продължаване на научните изследвания**. След осигуряването на „инкубационната клетка" **петата основна под-цел (О5) на Проект „ROWER" е да привлече нови изследователи, които да навлезнат в тази научно-изследователска тема.** Това навлизане се предвижда да бъде мотивирано и улеснено посредством он-лайн наръчника (възобновяемото депо от знания) и всички свързани с темата изследвания, осигурени от депото, както и чрез потенциала на поредицата от научни конференции и срещи по въпросите на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място.

II. ПУБЛИЧНИТЕ НАУЧНИ ФОРУМИ, ПРОВЕДЕНИ ПО ПРОЕКТ „ROWER"

Още по време на подготовката на проектното предложение, двете специализирани срещи на работните групи, фокусирани върху макроикономиката и микроикономиката на здравеопазването на работно място, както и двете научни конференции по икономика на здравеопазването и безопасността на работното място бяха предвидени и заплануване с цел привличането на нови научни приноси разработки по отношение на оценката на въздействието на променящите се условия в икономиката и трудовите отношения върху здравеопазването и безопасността на работното място.

Първата конференция по Проект „ROWER" по въпросите на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място

Първата конференция по Проект „ROWER" по въпросите на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място беше проведена в гр. Измир, Турция в периода 23-25 април 2009 г. Конференцията беше отворена към участието на учени и изследователи от цял свят. Тя успя да събере множество разработки с научни приноси по темата на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място. Конференцията успя да събере водещите изследователи в тази област, като бяха поставени основите на възобновяемото депо от знания в сферата на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място.

Конференцията беше финансирана от Европейската комисия чрез Проект „ROWER". Поради тази причина Конференцията беше без такса правоучастие, като разходи за хотелско настаняване за участниците с най-високо оценените доклади бяха също поети по линия на Проекта.

Основна част от докладите бяха публикувани в **специален брой** на научното списание на Университета „Еге" – **„Еге Академик Ревю"** (**Ege Academic Review)**.

Организацията на конференцията като осигуряване на конкретното място на нейното провеждане, хотелското настаняване на участниците и всички необходими технически подробности бяха осигурени от организацията-партньор по Проект „ROWER" – Университета „Еге" в гр. Измир, Турция.

Фиг. 3 Мястото на провеждане на първата конференция по Проект „ROWER" – гранд-хотел „Плаза", гр. Измир, Турция

Втора конференция по Проект „ROWER" по въпросите на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място

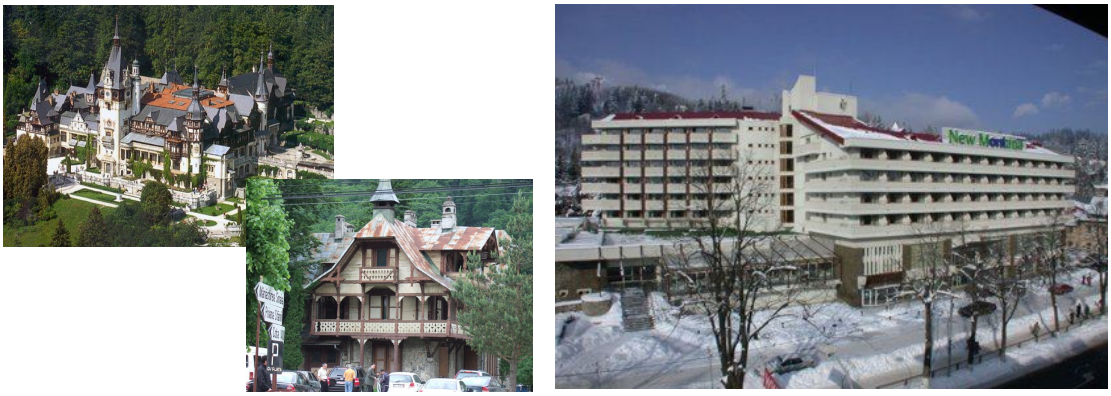
Втората конференция по Проект „ROWER" по въпросите на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното ще се проведе в Синая, Румъния в периода 27-30 април 2011 г. Подобно на първата конференция и тази също ще бъде отворена към участието на учени и изследователи от целия свят.

Програмата на Конференцията обхващаше във времево отношение два и половина работни дни и включваше по същество изказвания на ключови докладчици и провеждането на паралелни научни сесии с участието на международно признати експерти. На участниците в Конференцията беше предоставена и възможност за дебати, дискусии и обмен на идеи и информация в областта на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място. По този начин втората конференция по Проект „ROWER" ще се

превърна във отлична възможност за размяна на ценна научна информация.

Организацията на Конференцията беше осигурена от Университета в Букурещ, който пое грижата за всички аспекти по нейното провеждане (осигуряване на място за самата конференция, хотелско настаняване, изхранване на участниците и т.н.).

Конференцията беше финансирана от Европейската комисия посредством Проект „ROWER". Поради тази причина на участниците в нея беше предоставена безплатна регистрация, включително участие в научните сесии, отпечатани конферентни материали, обеди и кафе паузи, както и покриване на пътните разходи на докладчиците в нея.



Фиг. 4 Мястото на провеждане на Втората конференция по Проект „ROWER" – хотел „Ню Монтана", Синая, Румъния

По време на конференцията, както и специално в заключителната й част в третия ден от нейното провеждане беше изрично посочено, че основна част от докладите ще бъдат публикувани в **специален брой** на „Международното списание за съвременна икономика и административни науки" (International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences).

Комбиниран уъркшоп на 2 проекта на ЕС: „ECOSH" и „ROWER" – „Икономическата оценка на правителствените намеси в здравеопазването и безопасността на работното място на микроикономическо равнище"

(Първа среща на специализираните работни групи)

Комбинираният уъркшоп на Проектите „ECOSH" и „ROWER" беше проведен в Амстердам, Нидерландия в периода 17-18 септември 2009 г. Уъркшопът се фокусира върху микроикономиката на здравеопазването и безопасността на работното място с акцент върху различните фактори, които действат на равнище предприятие. Специфична цел на уъркшопа беше формулирането на методически указания за изследователите на тази научна област, които да се състоят от прост набор от препоръки за това, как проектират, как да разработват и провеждат икономическа оценка на правителствените намеси в сферата на здравеопазването и безопасността на работното място.

Основните резултати от уъркшопа са както следва:

1. Три проекто-разработки (научни публикации):

a. Методически указания за проектиране и провеждане на икономическа оценка на здравеопазването и безопасността на работното място (с водещ автор: Емил Томпа);

b. Измерване на производителността от гледна точка на

обществото и от гледна точка на работодателя (водещ автор: предстои да бъде определен);

с. Приложение на резултатите от икономическите оценки на правителствените намеси в сферата на здравеопазването и безопасността на работното място: или как да се въздейства върху процеса на вземане на решения (водещ автор: Йос Вербеек);

2. Доклада за срещата и изводите от нея.

Всички участници в уъркшопа (работната среща) получиха монографията на Емил Томпа „Икономическата оценка на правителствените намеси в здравеопазването и безопасността на работното място ("Economic evaluation of interventions for occupational health and safety").

Втора среща на специализираните работни групи по въпросите на макроикономиката на здравеопазването и безопасността на работното място

Втора среща на специализираните работни групи по въпросите на макроикономиката на здравеопазването и безопасността на работното място беше предвидено да се фокусира върху една специфична област на научното познание и беше структурирана така, че да произведе определени резултати. Срещата беше конферентна проява от закрит тип, като на нея бяха поканени водещи научни изследователи по определени теми в сферата на икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място (основно тези, участвали в Първата научна конференция по Проект „ROWER".

Втора среща на специализираните работни групи по Проект „ROWER" беше проведена в парк-хотел „Пирин", гр. Сандански в периода 15-17 април 2010 г.[1] Организацията на работата среща беше осигурена от Югозападния университет „Неофит Рилски", гр. Благоевград, който пое грижата за всички аспекти по нейното провеждане (осигуряване на място за самата конференция, хотелско настаняване, изхранване на участниците и т.н.). Срещата, както беше вече посочено, се фокусира върху макроикономиката на здравеопазването и безопасността на работното място с акцент върху различните фактори на национално и обществено равнище.

Фиг. 5 Мястото на провеждане на Втората среща на работните групи по Проект „ROWER" – парк-хотел „Пирин", гр. Сандански, България

[1] Stoilova, D. and Preslav Dimitrov, Alan Spence, Henk Groen, Antonis Targoutzidis, 2010, Minutes of the Second ROWER WinG Meeting - Occupational safety and health at the macroeconomic level.

Специфичната цел на срещата беше да анализира и оцени въздействието на регулацията, промените в структурата на работната сила и промените в икономиката по отношение на здравеопазването и безопасността на работното място. Специално внимание беше отделено на измерването на икономическото въздействие на трудовите залополуки и заболявания на национално равнище, както и на проблемите на вътрешното приемане (интернализацията) на разходите. Освен организациите-партньори по Проект „ROWER", работната среща привлече изявени експерти в сферата на здравеопазването и безопасността от САЩ, Канада, Германия, Австрия и Полша, които допринесоха за успешното осъществяване на проявата с техните знания и експертиза.

Както беше първоначално планирано по Проект „ROWER", **основните тематични направление** по време на работната среща бяха:

- Въздействие на промените в структурата на работната сила (застаряване на населението, нарастване на заетостта сред жените т.н.) и отношението им към качеството на заетостта;
- Въздействие на промените в икономиката (преориентирането към по-малко трудово-интензивни сектори, нарастване на международната конкуренция, появата на нови форми на заетост и т.н.);
- Измерване на икономическото въздействие на трудовите злополуки и заболявания на национално равнище (постигане на съгласие върху общите принципи за изземване на разходите);
- Въздействие на регулацията (законодателство, осигурителни системи, осигуряване на равни възможност и т.н.);
- Вътрешно приемане (интернализация) на разходите (примера на държавата).

Разбира се, не всички от така поставените теми получиха отделно и самостоятелно разглеждане, макар че всички те бяха дискутирани в една или друга степен в изнесените презентации или в дискусиите, които се осъществиха по време на работната среща. Нещо повече, настоящата световна финансова и икономическа криза провокира разширяване на дневния ред на работната среща с темата за **въздействието на икономическия цикъл върху здравеопазването и безопасността на работното място и по-специално върху трудовите злополуки.**

Както беше първоначално запланувано по Проект „ROWER" за тази работна среща, бяха организирани кръгли маси за постигането на един незабавен и по-продуктивен обмен на мнения. Всяка кръгла маса беше организирана така, че да изработи кратък доклад, който да бъде предоставен за ползване от Проект „ROWER". Тази структура беше запазена (макар и леко променена) и в заключителната част на работната среща. Изнесените доклади и презентации бяха последвани от „дискусионни сесии", където бяха обсъдени отделни теми. Всяка дискусионна сесия включваше участието на председател и докладчик, така че да могат да бъдат водени записки и и съответно резултатите от всяка една дискусия бяха представени в заключителното пленарно заседание на всички участници в срещата.

В съдържателно отношение, отчитайки опита от Първата научна конференция по Проект „ROWER" и от предходния комбиниран уъркшоп на Проектите „ROWER" и „ECOSH", обхватът на разглежданите въпроси и аспекти (който очевидно представляваше обхвата на научните полета на работа на участниците в срещата, а именно икономиката, социологията, здравеопазването, правото, инженерните науки и стопанското управление) не беше в състояние да позволи провеждането на

кодифицирана дискусия по определени теми и въпроси. Подобна ситуация е нормална и е логично да се очаква по отношение на една такава обществена проблемна област, каквато е здравеопазването и безопасността на работното място. Въпреки това обаче, изнесените презентации, както и заключенията и изводите от дискусиите бяха с изключителна стойност.

Участниците от различните области и аспекти на науката имаха възможността да разменят възгледи и идеи и да обогатят работата си по отношение на бъдещите си научни приноси под егидата на Проект „ROWER" като участие в предстоящата по това време заключителната, Втора научна конференция, която, както беше споменато вече проведе в Румъния през периода 28-30 април 2011 г. или пряко посредством уеб страницата и он-лайн форума на Проект „ROWER", които бяха представени по време на работната среща. Посочено беше също така, че изнесените презентации по време срещата ще бъдат публикувани на уеб страницата на Проекта, а именно: http://www.rower-eu.eu:8080/rower/activities/2nd_WG/macro.html.

III. ИЗВОДИ И КОНСТАТАЦИИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ НАУЧНИ ФОРУМИ

Въз основа на представените научни доклади и презентации по време на двете международни конференции и двете специализирани срещи на работните групи по Проект „ROWER", може да се направи **изводът**, че беше направен опит да се обобщи опита и да се ускорят научните изследвания в една сравнително тясна и все още не достатъчно изследвана област, каквато е икономиката на здравеопазването и безопасността на работното място. **Вторият извод**, който се налага е, че в организираните и проведените научни форуми по Проекта взеха участие не само научни изследователи, но и представители на регулаторните власти на национално и европейско равнище, които имаха възможност да се запознаят научните търсения и да представят своите потребности за нови концепции и управленски решения на ниво национална и европейска политика за безопасни и здравословни условия на труд. **Третият извод**, които произтича от бройката, вида и качеството на научните разработки, представени работните срещи и конференциите по Проект „ROWER" е, че междудисциплинарният подход е широко застъпен в тях. Разгледаните и дискутирани теми обхващаха както макро и микроикономическа тематика, така и области на научното познание като трудово право, ергономика, медицина, микробиология и др.

Важна констатация която може да се направи от публичните мероприятия, организирани по Проект „ROWER", е че беше предоставена възможност на учените в сферата на здравеопазването и безопасността на работното място, които работят в изследователски центрове в Северна Америка и Западна Европа да се запознаят с разработките и научните търсения на техните колеги от част от новите страни членки на ЕС (Полша, Румъния, България), както и от Турция, имаща статута на страна-кандидат член. По този начин беше преодолян първоначалния скептицизъм и непознаване в работата на учените, представители на страни от различни географски региони.

Използвана литература:

1. Stoilova, D. and Preslav Dimitrov (2010): Building up of a knowledge repository of occupational health and safety economics – Presentation of the "ROWER" Project's achievements, "Economics & Management" Journal, Issue No.4/2010, Blagoevgrad, Bulgaria;

2. Stoilova, D. and Preslav Dimitrov, Alan Spence, Henk Groen, Antonis Targoutzidis, 2010: Minutes of the Second ROWER WinG Meeting - Occupational safety and health at the macroeconomic level;
3. Tragoutsidis, A. and Christos Chatziioannou, 2008: Presentation of ROWER Project, The Kick off meeting of the ROWER Project, 7th – 8th August 2008, Mediterranean palace, Thessaloniki, Greece;
4. Tragoutsidis, A., 2008: Occupational Health and Safety – A State of the Art, draft edition, ROWER Project;
5. http://www.rower-eu.eu:8080/rower/activities/2nd_WG/macro.html
6. http://www.rower_eu.eu

Настоящата статия е разработена в рамките на Проект „ROWER" финансиран по 7-ма Рамкова програма за научни изследвания на Европейския съюз.

The present article was worked out within the frames of the "ROWER" Project funded under the EU 7th Framework Programme for scientific research.

РЕЦЕНЗИИ:

REVIEWS:

доц. д-р ВЛАДИМИР ЦАРЕВСКИ

ИНТЕРЕСНО ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИСТОРИЯТА НА ФИНАНСОВИТЕ КРИЗИ

AN INTERESTING STUDY ON THE HISTORY OF FINANCIAL CRISIS

Associate Prof. VLADIMIR TSAREVSKI

Излязлата наскоро от печат монография на д-р Весела Тодорова[1] е посветена на безспорно интересна, трудно поддаваща се на обективен научен анализ и остроактуална проблематика.

Въпросите, свързани с кризите, характерни за пазарната икономика, и в частност- за високоразвитите пазарни икономики, са предмет на изследване от специалистите в тази област доста отдавна. През последните две-три десетилетия, те, обаче, бяха оставени, като че ли, на по-заден план, дори и леко позабравени. Някои заговориха дори за (едва ли не) безкризисно, постоянно възходящо развитие. Разбира се, сред специалистите, както у нас, така и в чужбина, имаше и такива, които виждаха задълбочаващите се противоречия и очертаващата се криза на финансовата система, но техните гласове се губеха в общия преобладаващ хор на привържениците на ултралиберализма (пазарния фундаментализъм).

Съвременната глобална криза, започнала като финансова и прераснала в обща икономическа криза, отново постави тези въпроси в центъра на вниманието на икономистите, и в частност – на изследователите във финансовата сфера.

В този смисъл опитът на авторката да представи пред специализираната публика своето изследване по въпросите на възникването, еволюцията и теорията на финансовите кризи заслужава да бъде приветстван. Следва да се отбележи, на първо място, че пред нас е едно всестранно, задълбочено и интересно произведение, разработено с научна добросъвестност, логично и последователно, сполучливо структурирано и оформено.

Монографията съдържа три основни раздела, а именно: "Еволюция на финансовите кризи" (съдържащ пет глави), "Теория на финансовата променливост и икономическата стабилност" (включващ също пет глави) и "Теория на видовете финансови кризи", който се състои от четири глави.

Както личи от заглавието, първият раздел на монографията съдържа сравнително кратък исторически анализ на основните видове финансови кризи, започвайки още от 17 век и стигайки до съвременната глобална финансово-икономическа криза. Тук специално заслужава да се спомене анализът на еволюцията на политиките в условията на финансова криза, както и главата, посветена на ролята и функциите на кредитора от последна инстанция – централната банка.

Определена ценност представлява направеният във втори раздел анализ на основните икономически учения и теории (като се започне от меркантилизма и се стигне до съвременните институционални теории), в частта им, отнасяща се (пряко,

[1] Тодорова, В., Финансови кризи - история, еволюция и теория, С., "Тракия - М", 2010, 315с.

или косвено) до икономическите кризи. Тук интерес представлява, също така, частта, посветена на методите и моделите за кредитен рейтинг, както и изследването на връзката между паричния (финансовия) и реалния сектор на икономиката, в частност- между финансовите кризи и периодичните кризи на свръхпроизводство, наричани бизнесцикли.

В заключителния, трети раздел на монографията се съдържа задълбочен и целенасочен анализ на основните теории за видовете финансови кризи, както и на възможните методи, средства и инструменти за тяхното управление и разрешаване. Специален интерес тук представляват частите, посветени на дискусията "за и против" капиталовия контрол, на ролята и функциите на съвременните международни финансови институции и, на първо място - на МВФ (като е отделено подобаващо внимание на идващите от различни посоки и, поради това разнородни, а понякога и противоречиви критики към неговата дейност), както и последната глава, в която авторката прави редица ценни теоретични изводи и обобщения, включително и по някои дискусионни (по същество) въпроси.

Според мен, в този раздел би могло да се отдели още повече внимание на някои свързани (пряко, или косвено) с основната тематика на монографията въпроси, като, например: за възможните пътища за реформиране на международната валутна система, за по-интензивното използване в сферата на международните плащания на националните валути на някои държави, които досега намират слабо приложение, но чиято по-съществена роля и значение биха съответствали на изменящото се съотношение на икономическите сили в световен мащаб, за възможностите за емисия на нова колективна (международна) валута, за предложенията на някои специалисти за нещо като връщане (в една, или друга форма) към системата на златен стандарт, дори - за видовете валутни кризи. Известно е, че те могат да бъдат от различен порядък; едно нещо е криза на отделна "екзотична" (периферна) валута, съвсем друго - криза на долара, на единната европейска валута (евро), или пък- на цялостния международен валутно-финансов механизъм, като последната би могла да бъде и израз на дълбока икономическа криза, засягаща дори основите на съществуващата социално-икономическа система. Впрочем, в последно време такива идеи, виждания и трактовки за съвременната глобална криза съвсем не са голяма рядкост, дори и у нас.

Искрено се надявам, че в бъдещата си изследователска работа авторката ще изследва конкретно, задълбочено и последователно и този кръг от въпроси.

В заключение, следва да се отбележи, че представената на вниманието на читателя монография е разработена на високо професионално равнище и несъмнено представлява значителен интерес, както за научни работници, преподаватели и студенти, така и за специалисти от практиката, работещи във финансовата сфера. Същевременно, тя е и подходяща база за размисъл и дискусии между специалистите по такива сложни и интересни и, в значителна степен, спорни въпроси, като тези за характера и функциите на съвременните пари, за настоящето и бъдещето на международната валутна система, за еволюцията на финансовия сектор на икономиката и връзката и взаимодействието с реалния сектор и редица други.

НОВИ КНИГИ

NEW BOOKS:

Икономика 21 – Междууниверситетско списание, Година I, книга 1, 2011
Economics 21 – Interuniversity Journal, Year I, Book 1, 2011

Научната периодика в областта на икономиката се попълва с ново списание, което едновременно се издава на два езика – български и английски. Публикуват се студии и статии от областта на икономиката и управлението, разработени в научни изследвания.

Редакционната колегия и Редакционният съвет обхваща представители на СА „Д. А. Ценов" – Свищов, Икономическия университет – Варна, СУ „Св. Климент Охридски" и Нов български университет – София.

Международният редакционен съвет включва представители от университети в Румъния, Украйна, Моалдова и Гърция.

Нина Янкова, Стефан Иванов, Георги Шопов, Яна Кирилова, Николай Чкорев
Териториални различия в България – тенденции, фактори и политики,
С., АИ „Проф. М. Дринов", 2010, 258 с.

Книгата разглежда основните аспекти в развитието на териториалните единици в страната – икономически, финансови, социални, инвестиционни, инфраструктурни, екологични и на тази основа се оценява равнището им на развитие и се идентифицират различията между тях. Като основни фактори, детерминиращи териториалните промени за периода 1994 – 2006 г. се сочат ролята на икономическата среда и на държавната политика. Изложението е представено в пет глави, посветени съответно на различия между териториалните единици – социално-икономически (гл. 1); финансови и политики за регулирането им (гл. 2); социални – състояние (2004 – 2006 г.), тенденции на промените (1994 – 2006 г.) и политики (гл. 3); инвестиционен капацитет – състояние (2004 – 2006 г.), тенденции на промените (2001 – 2006 г.) и политики (гл. 4); екологични параметри на общините – 2006 г. – въздух, води, отпадъци, акустична среда, политики и добри практики за устойчиви общини (гл. 5).

Като цяло книгата е много полезна с анализите за различията между териториалните единици в страната и систематизираните препоръки за тяхното преодоляване в посочените аспекти.

Теменужка Каролева
Корпоративна култура и бизнес-комуникации, Благоевград,
2010, 145 с.

Целта на книгата е да се предложат на вниманието на читателя научни и приложни знания в области като: културата на организацията в съвременния бизнес, осмисляне на възможностите за познаване на културата на предприятието и влиянието й на прогреса, етиката на деловите отношения и корпоративната култура, ролята на бизнес комуникациите. Съдържанието е представено в четири глави с

контролни въпроси и практически задания; приложения (тестове, задачи, ситуации, делови игри) речник и библиография.

Елена Ставрова
Управление на държавния дълг,
УИ ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевргард, 2010 г., 172 с.

Монографията е посветена на една от формите на финансовите кризи – държавния дълг. Изложението е представено в шест глави, заключение и приложения. Обхванати са следните проблеми: икономическо съдържание и функции на държавния кредит (гл. 1); класификация на държавните кредити (гл. 2); управление на държавния дълг (гл. 3); пазарът на държавни ценни книжа – организационно-технически аспекти (гл. 4); банкови инвестиции на пазара на държавни ценни книжа (гл. 5); състояние и проблеми при обслужването на държавния дълг в Р. България (гл. 6).

Ганчо Ганев, Елена, Ставрова
Международни финанси и финансова политика,
УИ „Неофит Рилски”, Благоевград, 2009, 237 с.

По своето съдържание учебникът е предназначен за студенти от специалност „Финанси”, но е полезен и за студентите от всички икономически направления, а също за специалистите от сферата на бизнеса и управлението. Последователно в 11 глави се разглеждат следните въпроси на международните финанси и финансовата политика: финансите като система; история на международната валутно-финансова система; финансите като еволюционна теория; отворени икономики, вътрешно и външно равновесие; международни финансови институции, национални и колективни валути, валутни курсове; регионална валутна интеграция, международен кредит; международни плащания; международни и вътрешни аспекти на данъчното облагане и финансов риск и икономическа политика. Посочена е богата литература на латиница и кирилица (с. 229 – 235).

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. Списанието се издава с финансовата подкрепа на авторите, поради което за публикуването на всяка статия се заплаща сумата от 40 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