

Година V, Брой 3/2009 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

Chief Editor

Prof. Dr. Chavdar Nikolov

Зам. гл. редактор

доц. д-р Рая Мадгерова

Deputy Chief Editor

Assoc. Prof. Dr. Raya Madgerova

Редакционна колегия

проф. д-р Васил Пехливанов
доц. д-р Георги Л. Георгиев
доц. д-р Георги П. Георгиев
доц. д-р Димитър Димитров
проф. д-р Зоран Иванович
(Университет в Риека, Р. Хърватска)
доц. д-р Людмила Новачка
(Икономически университет –
Братислава, Словакия)
проф. д-р Манол Рибов
проф. д-р 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)

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 Aachen, 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)

Отговорен редактор

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

Production Editor

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

Технически редактор и дизайн

Лъчезар Гогов

Technical Editor & Design

Lachezar Gogov

Основатели:

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

◆◆◆ 2005 г. ◆◆◆

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

Адрес на редакцията:

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

Editor’s office address:

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



НАУЧНО СПИСАНИЕ НА СТОПАНСКИЯ ФАКУЛТЕТ
ПРИ ЮЗУ "НЕОФИТ РИЛСКИ" – БЛАГОЕВГРАД ГОД. V, №3, 2009

JOURNAL FOR ECONOMICS AND MANAGEMENT SCIENCE OF
FACULTY OF ECONOMICS–SOUTH-WESTERN UNIVERSITY –
BLAGOEVGRAD VOL. V, №3, 2009

СЪДЪРЖАНИЕ

CONTENTS

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ

1

TO OUR READERS

ФИНАНСИ

FINANCES

**БЪОРН ПААПЕ
ИВОНА КИЕРТА**

**BJÖRN PAAPE
IWONA KIERETA**

БЮДЖЕТНАТА ПОЛИТИКА НА ЕС И
ВЪПРОСЪТ ЗА СПРАВЕДЛИВИЯ
ПРИНОС

THE EU'S BUDGETARY POLICY AND THE
QUESTION OF A FAIR CONTRIBUTION

2

ДЕСИСЛАВА СТОИЛОВА

DEISLAVA STOILOVA

ДАНЪЧНИТЕ ПРИХОДИ В
ОБЩИНСКИТЕ БЮДЖЕТИ –
ПРЕДПОСТАВКА ЗА ФИНАНСОВА
АВТОНОМНОСТ НА МЕСТНИТЕ
ВЛАСТИ

TAX REVENUES IN THE LOCAL BUDGETS –
PRECONDITION FOR LOCAL
GOVERNMENTS' FINANCIAL AUTONOMY

11

ИВАН ТОДОРОВ

IVAN TODOROV

РЕФОРМАТА НА МЕЖДУНАРОДНАТА
ФИНАНСОВА СИСТЕМА:
ЗАДЪЛЖИТЕЛНО УСЛОВИЕ ЗА
ПОСТИГАНЕ НА УСТОЙЧИВО
РАЗВИТИЕ

THE REFORM OF INTERNATIONAL
FINANCIAL SYSTEM: MANDATORY
REQUIREMENT FOR ACHIEVING
SUSTAINABILITY

17

ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ

HUMAN RESOURCES

**БОЖИДАР ГЪОШЕВ
ЛАЛКА БОРИСОВА**

**BOJIDAR GYOSHEV
LALKA BORISOVA**

ПЛАНИРАНЕ НА КАРИЕРАТА – ПЪТНА
КАРТА ЗА РАЗВИТИЕ

CAREER PLANNING – A ROADMAP FOR
DEVELOPMENT

25

ВАЛЕНТИН ВАСИЛЕВ		VALENTIN VASILEV
СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ - РАЗРАБОТВАНЕ НА СТРАТЕГИЯ В СЕДЕМ СЪПКИ	37	HUMAN RESOURCES STRATEGIC MANAGEMENT – DEVELOPMENT OF A STRATEGY IN SEVEN STEPS
<u>УПРАВЛЕНИЕ</u>		<u>MANAGEMENT</u>
МИЛИЦА ДЖОРДЖЕВИЧ МАЯ СТОЯНОВИЧ		MILICA DJORDJEVIC MAJA STOJANOVIC
ТЕОРИЯТА НА ОГРАНИЧЕНИЯТА – НОВА УПРАВЛЕНСКА ФИЛОСОФИЯ	43	THEORY OF CONSTRAINTS – NEW MANAGEMENT PHILOSOPHY
<u>МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИЗЪМ</u>		<u>INTERNATIONAL TOURISM</u>
ГЕОРГИ ГЕОРГИЕВ, МАРИЯ ВАСИЛЕВА		GEORGI GEORGIEV, MARIA VASILEVA
НЯКОИ ПРОБЛЕМИ И ОСОБЕНОСТИ В РАЗВИТИЕТО НА ЕКОЛОГИЧНИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ	50	SOME PROBLEMS AND CHARACTERISTICS CONCERNING ECOTOURISM DEVELOPMENT IN BULGARIA
ГЕРГАНА АНГЕЛОВА		GERGANA ANGELOVA
ВЛИЯНИЕТО НА ИКОНОМИЧЕСКАТА КРИЗА ВЪРХУ КОМУНИКАЦИОННАТА СТРАТЕГИЯ НА ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС	60	THE INFLUENCE OF THE ECONOMIC CRISIS UPON THE HOTEL BUSINESS COMMUNICATION STRATEGY
ГЕОРГИ ГЕОРГИЕВ, РУСКА БОЖКОВА		GEORGI GEORGIEV, ROUSKA BOZKOVA
НЯКОИ ОСОБЕНОСТИ И ПРОБЛЕМИ В РАЗВИТИЕТО НА СЕЛСКИЯТ ТУРИЗЪМ В РЕПУБЛИКА ГЪРЦИЯ	64	SOME FEATURES AND PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN GREECE
СНЕЖИНКА КОНСТАНТИНОВА		SNEZHINKA KONSTANTINOVA
МЕТОДИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА СЕЗОННОСТТА В ТУРИЗМА	78	METHODS FOR RESEARCH ON SEASONALITY IN TOURISM
АДРИАН П. ЛЮБОВИЕЧКИ-ВИКУК		ADRIAN P. LUBOWIECKI-VIKUK
ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕТЕРМИНАНТИ ЗА ПРЕДПРИЕМАНЕ НА РЕКРЕАЦИОННА И ТУРИСТИЧЕСКА ДЕЙНОСТ В СВОБОДНОТО ВРЕМЕ НА НЕСЕМЕЙНИТЕ ХОРА	84	ECONOMIC DETERMINANTS OF TAKING UP RECREATIONAL AND TOURIST ACTIVITY IN THE SINGLE PEOPLE'S LEISURE TIME
АСЯ ХРИСТОЗОВА		ASIA HRISTOZOVA
КОМПЛЕКСНОСТТА – ОСНОВЕН ПРОБЛЕМ НА ЗАСТРАХОВАНЕТО В ТУРИЗМА	90	THE COMPLICACY OF INSURANCE IN TOURISM SECTOR
НОВИ КНИГИ	96	<u>NEW BOOKS</u>

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”, се рецензира предварително от двама хабилитирани рецензенти, единият от които е член на редакционната колегия, а другият е специалист 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”, is a subject of preliminary review by two tenured reviewers, of whom one is a member of the Editorial board, and the other one is a specialist 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 изяснява 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

проф. д-р БЪОРН ПААПЕ

УНИВЕРСИТЕТ РВТУ ААХЕН, Германия

д-р ИВОНА КИЕРЕТА

УНИВЕРСИТЕТ РВТУ ААХЕН, Германия

БЮДЖЕТНАТА ПОЛИТИКА НА ЕС И ВЪПРОСЪТ ЗА СПРАВЕДЛИВИЯ ПРИНОС

THE EU'S BUDGETARY POLICY AND THE QUESTION OF A FAIR CONTRIBUTION

Prof. Dr. Dr. BJÖRN PAAPE

RWTH AACHEN UNIVERSITY, Germany

Dr. IWONA KIERETA

RWTH AACHEN UNIVERSITY, Germany

Abstract: Compared with that of other EU states, Germany's affluence has declined over the last decades, but in spite of this shift, Germany's net payments in the EU have not altered. Admittedly, "export champion Germany" is one of the winners within the context of an integrating European economic area; however, the EU budget and the formation and development of the member states' payment burdens should be subjected to closer scrutiny.

Keywords: EU budget, EU budget revenues and expenditures, budget revenue pillars

1. Characteristics of the EU Budget

The EU budget plan always has to be in balance, since the EU may not incur debts, unlike an individual state. This means that authorized payment appropriations may not exceed the planned revenue, and the budget must be decided annually.¹

The total budget must not exceed a specific percentage (2007 – 2013: 1.24%) of the GNI (gross national income) of all the member states. Thus, the EU budget can only increase to the same extent as the economic growth of the member states.²

Particulars pertaining to the composition of the EU budget are stated in the EC Treaty.³

¹ Cf. Brasche, U.: Europäische Integration: Wirtschaft, Erweiterung und regional Effekte, Oldenbourg 2008, p. 243; see also Ribhegge, H.: Europäische Wirtschafts- und Sozialpolitik, Berlin, Heidelberg 2007, p. 90 and <http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Europa/Finanzierung/Start.html>.

² Cf. Brasche, U., loc. cit., p. 243 and http://ec.europa.eu/budget/other_main/glossary_de.htm.

³ Art. 268 ff.

http://www.bundesfinanzministerium.de/nn_1270/DE/Wirtschaft_und_Verwaltung/Europa/EU_Haushalt/23705.html?nnn=true.

A 7-year financial framework (financial forecast, currently the financial framework 2007-2013) precedes the actual budget. This framework contains the individual expenditure categories.

It is the aim of the financial forecast to support the priorities of the EU and the planning security when the priorities are financially implemented, and thus guarantee a greater stability for the annual budgets.⁴

In the budgetary process, the European Commission has the right of initiative, whilst the European Council and the European Parliament decide the budget. With regard to the expenditure of the European Union, a distinction is made between obligatory and non-obligatory expenditure. The former consists of expenditure categories, which are mandatory on account of the Treaty or on account of legislation based on the Treaty.

The Council makes decisions in the last instance with regard to obligatory

Cf. Brasche, U.: Europäische Integration, loc. cit., p. 244.

⁴ Cf. Ribhegge, H., loc. cit., p. 102.

expenditure, whereas Parliament has the last word with regard to non-obligatory expenditure.

2. EU Budget Expenditure

Rough differentiation between expenditure categories in the EU ensues firstly in payment appropriations and commitment appropriations. The former consist of actual expenditure for the current financial year and expenditure as a result of commitment appropriations carried forward from preceding financial years. Payment appropriations currently amount to 116.1 billion €. This corresponds to 0.89% of the GNI of the EU-27.¹

On the other hand, with the commitment appropriations, the European Parliament and European Council grant the Commission the right to provide financial funding to third parties for certain activities in coming years. Commitment appropriations are, then required in order to plan *ex ante* the financing of projects which run for several years, because they result in a payment transaction in the year in which they are actually made use of.² They are always higher than payment commitments in the budget because there are frequent temporal delays with regard to the claiming of funds. In the budget passed for 2009, commitment appropriations to the tune of 133.8 billion € were planned. The extent of the commitment appropriations is equivalent to 1.03% of the gross national income of the EU.³ In order to support competitiveness and cohesion, approx. 60 billion € in 2009 (45% of the budget) have been earmarked for *sustainable growth* in research, innovation, employment and regional development. Funding for agriculture (natural resources) amounts to 42%. Contrary to public belief, (“Brussels

bureaucracy”), administrative funding is – at 6% - not as high as it is often claimed to be.

Since the EU came into being, expenditure has focused on agriculture (nowadays *natural resources*) and regional support (nowadays *sustainable growth*). Over the last few years, agricultural expenditure has been considerably reduced.⁴

3. Revenues in the EU Budget Revenue Categories

Revenues are categorized as follows:

1) Since 1970, traditional or own resources comprising customs duties from the Common Customs Tariff (CCT), agricultural duties and sugar levies. Within the EU, no customs duties are imposed, but they are when products are imported from outside the Union. When member states impose duties, they are allowed to retain 25% as compensation. The rest has to flow into the EU budget⁵. Agricultural duties serve to raise the prices of agricultural imports from outside the Union to the higher prices of the internal market. This reflects the principle of “community preference”, i.e. preference for the community’s own products.⁶

2) VAT resources were introduced in 1970 and are a regular contribution from the member states. A legally valid amount of the member states’ VAT tax has to be paid.

⁴ From almost 87% in 1970 and approx. 52% in 1993 to 42% this year. Cf. Feld, L.P. Schnellenbach, J.: Das Finanzierungssystem der EU und die Nettozahlerdebatte, in Wirtschaftsdienst, No. 2/2007, p. 117. See also Brasche, U., loc. cit., p. 245.

⁵ Cf. Brasche, U., loc. cit. p. 246 f; Deutscher Bundestag (Ed.): Die Finanzierung des Haushalts der Europäischen Union – Das Eigenmittelsystem, Berlin 2008, in: http://www.bundestag.de/wissen/analysen/2008/das_eigenmittelsystem.pdf, p. 5.

See also Kohl, E.; Bergmann, J.: Europäischer Finanzausgleich, Köln 1998, p. 25; Stegarescu, D.: Lastenverteilung in der EU. Nettozahlerposition ist eine relative Größe, in: EUmagazin – ZEW, Vol. 4/2000, Baden-Baden 2000, p. 43.

Cf. http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/index_de.htm.

⁶ Cf. Kohl, E.; Bergmann, J. loc. cit., p. 25 f; Ribhegge, H., loc. cit., p. 90 f.

¹ Cf.

http://ec.europa.eu/budget_detail/current_year_de.htm.

² Ibid.

Cf. <http://www.cep.eu/menu-right/eu-glossar/?title=verpflichtungserm%E4chtigungen>;

Ribhegge, H., loc. cit., p. 90.

³ Cf.

http://ec.europa.eu/budget_detail/current_year_de.htm.

As there is no uniform VAT level nor a uniform basis for measuring it in the EU, the VAT revenue is not based on the amount of national VAT revenue but on a harmonized EU base.¹

3) Gross national income own resources (GNI own resources or formerly GDP own resources) have been contributing since 1988 to the European budgetary planning for rest financing of expense items. They are based on a member state's contribution to the "gross national income of the EU". Countries with a large contribution to the GNI of the EU pay in greater amounts than economically weak countries. GNI own resources are intended to bolster up the budget to its annual limit (own resources ceiling) and now represent the largest share of "own resources".²

Apart from these 3 key categories there are other sources of revenue (e.g. taxes and social contributions from the wages and salaries of the employees of EU institutions) but these represent only a very small portion.³

Extent and Types of Revenue 2009

The revenues of the EU for the total budget 2009 amount to approx. 116.1 billion €. As in previous years, the GDP/GNI own resources as residual financing represent the largest contributing factors to revenue, followed by VAT own resources and customs duties.⁴

The revenues for 2009 are as follows:

EU Budget 2009: Revenues		
Type of revenue	Billion €	Contribution in %
GDP/GNI own resources	76.0	65
VAT own resources	19.6	17
Customs duties	17.7	15
Agricultural duties and sugar levies	1.6	2
Others	1.4	1

[German language] Source: Europäische Kommission (ed.): Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2009, Brüssel/Luxemburg 2009, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntschif_2009_de.pdf, p. 28.

¹ Cf. Busch, B.: Dokumentation von Zahlern und Empfängern: Die Berechnung von Nettopositionen im EU-Haushalt (iw.trends), Köln 2002, in: http://iwkoeln.de/Portals/0/pdf/trends03_02_1.pdf, p. 3. See also Stegarescu, D., loc. cit., p. 43 and Kohl, E.; Bergmann, J., loc. cit., p. 27.

² Cf. Busch, B., loc. cit., p. 3; Stegarescu, D., loc. cit., p. 43 and Kohl, E.; Bergmann, J.: Europäischer Finanzausgleich, loc. cit., p. 29 and Europäischer Kommission (ed.): Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2009, Brüssel/Luxemburg 2009, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntschif_2009_de.pdf.

³ Cf. Kohl, E.; Bergmann, J., loc. cit., p. 31.

⁴ Cf. Europäische Kommission (ed.): Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2009, Brüssel/Luxemburg 2009, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntschif_2009_de.pdf, p. 28. Cf. Europäische Kommission (ed.): Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2009 (Übersicht in Zahlen), Brüssel/Luxemburg, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntschif_2008_de.pdf, p. 30.

Cf. also Europäische Kommission (ed.): EU-Haushalt 2007. Finanzbericht, Luxemburg 2008, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_report_s/fin_report_07_de.pdf. http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntschif_2009_de.pdf, p. 28.

Development of the Different Revenue Pillars

The table below clearly shows the tendency towards a shift away from traditional own resources and VAT own resources pillars in favour of GNI own resources.

Development of the Contributions from Different Types of Revenue to the Total Budget					
	1970 EU-6 Contributions in %	1979 EU-9 Contributions in %	1989 EU-12 Contributions in %	1999 EU-15 Contributions in %	2009 EU-27 Contributions in %
Traditional own resources	0	50.2	27.7	15.9	16.5
VAT	0	48.2	58.7	36.1	16.9
GDP/GNI	0	0	9.5	43.2	65.4
Others	100	1.6	4.1	4.8	1.2
Total	100	100	100	100	100

[German language] source:

http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_reports/fin_report_07_de.pdf, p. 61-64 and http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntchif_2009_de.pdf, p. 28.

The reason why traditional own resources make up such a small portion of the total EU budget nowadays has to do partly with the fact that various GATT agreements and WTO negotiations led to the liberalization of trade in the form of the dismantling of customs barriers within the EU. The prices on the single European market, including those of agricultural products, are gradually being aligned with those of the world market. Furthermore, the disproportionately high increase of the budget volume allows the traditional own resources to fall relatively: in 1970, the EU budget was 3.6 billion €; in 2008 it was 120.3 billion €.¹

4. Most Important Sources of Revenue and the Question of a Fair Contribution

A close look at the own resources contributions could lead to a call for more emphasis on GNI own resources at the cost of VAT revenue, since the GNI is regarded to be an indicator of economic strength.² Currently, GNI own resources are responsible for 2/3 of the revenue.

Critics of VAT-EU revenue argue that, in poorer countries, the social product is marked by a relatively higher consumption and relatively lower savings rate than in richer countries.³ In 1988 in order to avoid discrimination of less affluent member states, a capping of the VAT base was introduced, which meant that an amount of 55% of the GNP should not be exceeded.⁴

The GNI is called in at a uniform collection rate from the gross national income of the whole EU for all 27 member states. However, this parameter for setting payments to the EU is also not without its problems: an increase in the GNI of a country results in an increase for the whole EU, thus leading to an increase of the collection rate, which is the same rate for each member state. Weaker economies are faced with the problem of bigger payments (but these can result in greater returns later). Although the GDI can, then, potentially lead to discrimination, it is still favoured vis a vis VAT revenue – as an

¹ Cf. Kohl, E.; Bergmann, J., loc. cit., p. 32. See <http://www.europa-digital.de/dschungelbuch/haushalt>.

² Cf. Brasche, U., loc. cit., p. 247.

³ Cf. Kohl, E.; Bergmann, J., loc. cit., p. 28; see also Brasche, U., loc. cit., p. 247.

⁴ Cf. Kohl, E.; Bergmann, J., loc. cit., p. 28.

indicator of affluence.¹ The agricultural duties and customs duties only account for a small percentage of the EU budget, but here, too, there are discrepancies with regard to the discussions on the different financial burdens of the member states. Here, the geographical location of a country and its trade infrastructure play a role, as illustrated by the “Antwerp-Rotterdam effect”: the harbours of Rotterdam and Antwerp handle a large part of central Europe’s imports, i.e. goods are cleared on the EU-single market borders. However, these might be imports for Germany or another country. This leads to distortions with regard to allocation, since the customs revenues are attributed to the Netherlands or Belgium, but not Germany.²

Excursus: Own Resources and Developments in their Structure

With the own resources agreement in 1970, individual state contributions ceased to exist and were replaced by an own resources system comprising three of today’s revenue types (agricultural levies, customs duties, VAT revenue at 1% of the VAT base) and were replaced by an own resources system. Due to a temporal delay in the harmonization process for the VAT base, the VAT revenue system did not become generally effective until 1980.³

First of all, in 1985 (agreement by the Fontainebleau European Council) the

maximum VAT call-in rate was increased to 1.4 % and a correction mechanism for budgetary imbalances was introduced, which favoured the UK (“UK correction” or “UK rebate”) and which was equivalent to 66% of its budgetary imbalance. The costs were borne by the other member states, depending on their shares of VAT payments.

In 1988, a new revenue category for budgetary balancing was introduced, based on the GNP of the member states. It was derived by applying a percentage rate to the total amount of the GNPs of all member states. In order to relieve the member states financially, a ceiling was introduced in 1988 for the amount of own resources to be submitted to the Community. It was raised in 1992 to 1.20% of the total amount of the GNP of a country. Following the ratification of the Treaty of Maastricht, the Delors II package, which was passed by the Edinburgh European Council in 1992, was intended to add impetus to the realization of the Maastricht commitments with an increased budget volume.⁴ Amongst other things, the own resources of the EU were increased in stages up to 1.27% of the GNP in 1999. The structure fund was restocked and a cohesion fund created.⁵ Although Agenda 2000⁶ rejected a reform of the

¹ Cf. Kohl, E.; Bergmann, J., loc. cit., p. 30. The problem regarding the measurement of factors such as, e.g. unreported earnings, etc., to mention only one, are dealt with here. Cf. also Europäisches Parlament (ed.): *Eigenmittelreform und Nettopositionen des EU-Haushalts* (Arbeitsdokument), Luxembourg, 1998 in: http://www.europarl.eu.int/internet/workingpapers/budg/pdf/100_de.pdf.

² Cf. Kohl, E.; Bergmann, J.: *Europäischer Finanzausgleich*, loc. cit., p. 26, see also Brasche, U., loc. cit., p. 249.
Cf. Europäische Kommission (ed.): *Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2009*, Brüssel/Luxemburg 2009, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fiq/syntchif_2009_de.pdf, p. 28.

³ http://ec.europa.eu/budget/budget_detail/orig_develop_de.htm.

⁴ Strengthening the democratic legitimacy and the functionality of the organs; introducing an economic and monetary union and common foreign and security policies; developing the social dimension of the community. Cf.

http://europa.eu/legislation_summaries/economic_and_monetaryaffairs/institutional_and_economic_framework/treaties_maastricht_de.htm.

See also

http://ec.europa.eu/budget_detail/orig_develop_de.htm

⁵ Cf. <http://www.eufis.de/eu-glossar.html?type=0&uid=57&cHash=af735a3a11>.

⁶ The *Agenda 2000* action programme was established in 1999 by the European Council in Berlin. Its aim is to make common policy in many different areas more efficient and, in the light of the forthcoming expansion, to establish a financial framework for 2000-2006. It includes amongst other things planned reforms for common agricultural policy (GAP) and the structural fund, etc. Cf. http://ec.europa.eu/agenda2000/index_de.htm.

unsatisfactory own resources system, pressure from Austria, Germany, the Netherlands and Sweden resulted in an amendment of the own resources agreement in 2000 (following the Berlin European Council). This came into effect in 2002 and among other things included the following changes:

- The maximum VAT call-in rate was lowered to 0.75% for 2002 and 2003 and 0.50% for 2004 onwards.

- To finance the UK correction, the respective share from Austria, Germany, the Netherlands and Sweden was cut to 25% of its normal value.¹

The own resources decision of 2000 terminated the application of the European System of Accounts 1995 (ESA 1995) also in the domain of the community budget, so that the term “gross domestic product” (GDP) was replaced by “gross national income” (GNI) and the own resources ceiling was adjusted to 1.24% of the GNI of the EU.²

5. Contributions in Relative Terms: Germany’s Position in the EU – Comparison of Payments and Receipts

The financial burden of an EU member state rests on the fact that the contribution which a member state makes to the EU is mainly dependent on its economic strength, i.e. on its share of the EU-GNI, whilst EU payments to member states are mainly oriented towards the two area entitlements “agricultural policy” and “regional policy”, thus towards, for example, a country’s economic structure. In concrete terms, this means that countries which pay only a small amount into the budget on account of their low economic strength, but which are strongly agriculturally oriented, have a positive balance as net recipients.³

¹ Cf. http://ec.europa.eu/budget/budget_detail/orig_develop_de.htm.

² Ibid.

³ Cf. Brasche, U., loc. cit., p. 248.

In 2007 Germany’s gross payments (including TOR) were approx. 21.7 billion € (approx. 20% of total payments to the EU. This corresponds approximately to the German share of the EU GNI). In 2007 a total of approx. 12.5 billion € was returned to Germany. Germany, then, received the third highest receipt of all the countries, after France and Spain.⁴

When calculating the net position, Germany’s receipts from the EU are subtracted from Germany’s payments to the EU:

21.7 billion € - 12.5 billion € = -9.2 billion €.⁵

In 2007 Germany, UK and France were – in that order – the biggest net contributors, whereas Greece, Poland and Spain were the biggest net recipients.⁶ However, this result shifts, if we examine the “operative budget balance”, which corresponds to a costing comparison of contributions to the EU budget and monetary advantages arising from a country’s membership of the EU. This approach is, of course, not exhaustive, because it cannot calculate non-budgetary advantages (peace-keeping, political stability, etc.) of EU membership. However, it does have the advantage of excluding administrative costs and traditional own resources.

For each member state, the operative balance is the difference between

- operative expenditure, i.e. expenditure excluding administration and
- the adjusted “national contribution”, i.e. without the traditional own resources, which is calculated according to

⁴ Cf. Europäische Kommission (ed.): EU-Haushalt 2007. Finanzbericht, Luxemburg 2008, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_report_s/fin_report_07_de.pdf, p. 28 and p. 80.

⁵ Cf. Ribhegge, H.: Europäische Wirtschafts- und Sozialpolitik, loc. cit., p. 94.

⁶ Cf. http://portal.wko.at/wk/dok_detail_file.wk?AngID=1&DocID=841703&StID=395468, p. 7.

a formula, i.e. the contribution of a member state to the total “national contributions”.

Germany’s operative budget balance is approx. -7.4 billion €, which is, then, considerably lower than in the purely net payment approach. In a comparison between EU countries, it is found that the relative position of the big EU countries – like Germany – does not change, because, for example, few EU organizations are located in Germany – unlike Belgium and Luxembourg, who are net recipients according to this calculation.

The per capita burden, i.e. the real burden for each citizen in Germany, is the sum of the operative net balance divided by the number of citizens in Germany.

- 7 426.9: 82.2 million inhabitants = -90.4 € per inhabitant. For Luxembourg, the result is, analogously, a burden of -239.5 € per inhabitant.¹

When observing the distribution of affluence (GNP p.c. in PPS of the EU), the result is that Luxembourg has the highest level of affluence (66 600 € p.c.) in the EU, followed by the Netherlands, Austria, Denmark, UK, Finland and Germany. If we compare this affluence ranking with the financial burden of the countries in relation to affluence, we see that the countries which have a GNP p.c. in PPS which is similar to that of Germany, e.g. France or UK, are amongst the biggest net contributors.

If we divide Germany’s net balance for 2007 by the GNP per inhabitant at PPS of the EU, we can see that according to this method of calculation, Germany has the highest burden of -322 601,4 €, followed by UK (-203 246.6 €), the Netherlands (-124 552.1 €) and France (-114 084.9 €). The biggest net recipients are – according to

¹ Cf. Europäische Kommission (Ed.): EU-Haushalt 2007. Finanzbericht, Luxemburg 2008, in: http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_reports/fin_report_07_de.pdf, p. 83.
Cf. Also Busch, B., loc. cit., p. 6 and Stegarescu, D., loc. cit., p. 43.

this method – in decreasing order Poland with 371 477.6€, Greece with 229 203.4€ and Portugal with 128 631.6 €.²

Conclusion:

Germany’s affluence has, over the last few decades, fallen in comparison to the situation in other EU states (the GDP p.c. has risen in Germany, but its growth rate was not as high as that of other EU states). Despite this shift in affluence in the EU, Germany’s net payments have not been reduced. Even if the “export champion Germany” is one of the winners within the context of an integrating European economic area, changes (reductions) in the framework of the payment burden are – from a German viewpoint – justified and should be pursued.

Jutta Haug, Social Democratic Party in Germany’s Member of the European Parliament and general rapporteur for the European budget 2009, points out that the EU budget is nothing other than “in Zahlen gegossene Politik”(politics expressed in figures).³

² Cf. Calculation of operative balance in appendix. See

<http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Language=E&Country=DE>.

Ribhegge, H., loc. cit., p. 95.

See also

<http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Language=E&Country=LU>.

Cf. also Europäische Kommission (ed.): EU_haushalt 2007. Finanzbericht, Luxemburg 2008, in:

http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_reports/fin_report_07_de.pdf, p. 80.

Calculated from data supplied by:

Wirtschaftskammern Österreichs (ed.): BIP je Einwohner, Wien 2009, in:

<http://www.wko.at/statistik/eu/europa-BIPjeEinwohner.pdf>.

Europäische Kommission (ed.): EU-Haushalt 2007. Finanzbericht, Luxemburg 2008, in:

http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_reports/fin_report_07_de.pdf, p. 80.

³ Cf. http://www.jutta-haug.de/index.php?cat=04_Presse&page=11_f_uuml~rdiepresse08.

Bibliography:

(all Internet pages accessed on 5 July 2009)

Brasche, U.: Europäische Integration: Wirtschaft, Erweiterung und regionale Effekte, Oldenbourg 2008, pp.242-255.

Busch, B.: Auswirkungen der EU-Erweiterung auf die Entwicklung und Verteilung des EU-Haushalts (iw-trends), Köln 2008, in:
http://www.iwkoeln.de/Portals/0/pdf/trends03_08_1.pdf.

Busch, B.: Dokumentation von Zahlern und Empfängern: Die Berechnung von Nettopositionen im EU-Haushalt (iw-trends), Köln 2002, in:
http://www.iwkoeln.de/Portals/0/pdf/trends03_02_1.pdf.

Europäische Kommission (Ed.): EU-Haushalt 2007. Finanzbericht, Luxemburg 2008, in:
http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_reports/fin_report_07_de.pdf
http://ec.europa.eu/budget/library/publications/fin_reports/fin_report_07_data_de.pdf.

Europäische Kommission (Ed.): Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2008 (Übersicht in Zahlen), Brüssel/Luxemburg, in:
http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntchif_2008_de.pdf.

Europäische Kommission (Ed.): Gesamthaushaltsplan der Europäischen Union für das Haushaltsjahr 2009 (Übersicht in Zahlen), Brüssel/Luxemburg 2009, in:
http://ec.europa.eu/budget/library/publications/budget_in_fig/syntchif_2009_de.pdf.

Europäisches Parlament (Ed.): Eigenmittelreform und Nettopositionen des EU-Haushalts (Arbeitsdokument), Luxemburg 1998, in:
http://www.europarl.eu.int/internet/workingpapers/budg/pdf/100_de.pdf.

Deutscher Bundestag (Ed.): Die Finanzierung des Haushalts der Europäischen Union – Das Eigenmittelsystem, Berlin 2008, in:
http://www.bundestag.de/wissen/analysen/2008/das_eigenmittelsystem.pdf.

Feld, L.P.; Schnellenbach, J.: Das Finanzierungssystem der EU und die Nettozahlerdebatte, in Wirtschaftsdienst, No. 2/2007, pp.114-120.

<http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Europa/Finanzierung/Start.html>.

http://www.bundesfinanzministerium.de/nn_1270/DE/Wirtschaft_und_Verwaltung/Europa/EU_Haushalt/23705.html?_nnn=true.

<http://www.cep.eu/menu-right/eu-glossar/?title=verpflichtungserm%E4chtigungen>.

http://ec.europa.eu/agenda2000/index_de.htm.

http://ec.europa.eu/budget/budget_detail/orig_develop_de.htm.

http://ec.europa.eu/budget/budget_detail/current_year_de.htm.

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/index_de.htm.

<http://www.europa-digital.de/dschungelbuch/haushalt/>.

http://europa.eu/legislation_summaries/economic_and_monetary_affairs/institutional_and_economic_framework/treaties_maastricht_de.htm

<http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Language=E&Country=DE>.

<http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountryPFView.aspx?Language=E&Country=LU>.

<http://www.eufis.de/eu-glossar.html?&type=0&uid=57&cHash=af735a3a11>.

Kohl, E.; Bergmann, J.: Europäischer Finanzausgleich, Köln 1998.

Ribhegge, H.: Europäische Wirtschafts- und Sozialpolitik, Berlin, Heidelberg 2007, pp.90-106.

Stegarescu, D.: Lastenverteilung in der EU. Nettozahlerposition ist eine relative Größe, in: EUMagazin - ZEW, published by Nomos Verlagsgesellschaft, Vol. 4/2000, Baden-Baden 2000, pp.42-43.

Wirtschaftskammern Österreichs (Hrsg.): BIP je Einwohner, Wien 2009, in:
<http://www.wko.at/statistik/eu/europa-BIPjeEinwohner.pdf>.

дл. ас. д-р ДЕСИСЛАВА СТОИЛОВА
ЮЗУ „НЕОФИТ РИЛСКИ“, БЛАГОЕВГРАД

**ДАНЪЧНИТЕ ПРИХОДИ В ОБЩИНСКИТЕ БЮДЖЕТИ – ПРЕДПОСТАВКА
ЗА ФИНАНСОВА АВТОНОМНОСТ НА МЕСТНИТЕ ВЛАСТИ**

**TAX REVENUES IN THE LOCAL BUDGETS – PRECONDITION FOR LOCAL
GOVERNMENTS' FINANCIAL AUTONOMY**

Chief Assistant Prof. Dr. DESISLAVA STOILOVA
SOUTH-WEST UNIVERSITY „NEOFIT RILSKI“, BLAGOEVGRAD

Abstract: The purpose of this paper is to study financial decentralization in Bulgaria, by comparison with the values of some basic indicators reported by the new member states of the European Union. Analysis is focused on the following indicators: local revenues/GDP (%), local tax revenues/consolidated tax revenues (%), and local expenditures/consolidated expenditures of the public sector (%). The results indicate that Bulgaria has one of the most centralized models of tax revenues distribution among the new member states of the European Union. Because of comparatively low local revenues' share into the GDP, as well as negligible share of local into the consolidated tax revenues, Bulgaria faces a low degree of fiscal decentralization. There is a serious discrepancy between financial resources and expenditure responsibilities of the local governments. Purposeful efforts are needed to consolidate local revenue capacity. The main priority in this aspect is tax system restructuring with the purpose of developing a modern local tax system and redistributing the tax burden.

Key words: local taxes, local budgets, financial decentralization, tax autonomy

Финансовата децентрализация е форма на организация на взаимоотношенията в публичния сектор, при която държавата прехвърля на местните власти права и отговорности за изпълнение на определени функции, свързани с предлагането на публичните стоки и услуги, чието потребление е пространствено ограничено на територията под местна юрисдикция. Обхватът на предоставените компетенции определя равнището на децентрализация, което разглежда от позициите на общините, изпълва със съдържание понятието местно самоуправление.

Политиката на финансова децентрализация придоби съществено значение за съвременните държави в началото на 90-те години на миналия

век. Смята се, че децентрализацията на публичния сектор от една страна е предпоставка за повишаване на ефективността при предоставяне на публичните стоки и услуги, а от друга страна – способства за по-пълното удовлетворяване на предпочитанията и нуждите на местното население. Реализирането на посочените ползи обаче, е свързано с изпълнението на едно много важно изискване, а именно наличието на съответствие между разходни отговорности и финансови ресурси на местните власти.

Условия за прилагане на принципите на финансовата децентрализация в България се създават след началото на прехода от планова към пазарно ориентирана икономика. Реален старт на реформата за финансова

децентрализация на публичния сектор, обаче, е поставен едва през 2002 г. с приемането на концепция за финансова децентрализация и конкретна програма за нейното практическо реализиране. Основната стратегическа цел, залегнала в концепцията, визира финансовите взаимоотношения между централните и местните власти и е насочена към реализиране на мерки за “ускорено прехвърляне на правомощия и ресурси от държавните органи към общините за укрепване на местното самоуправление”.

Първите резултати са отчетени през 2005 г., когато устойчивата тенденция на постъпателна централизация на ресурсите в публичния сектор, започнала в началото на 90-те години на миналия век е преустановена. Основният макропоказател за разпределението на публичните ресурси между централните и местните власти, а именно относителният дял на разходите по местните бюджети в консолидираната фискална програма, започва плавно да се увеличава. През последните години делът на общинските разходи в консолидираните публични разходи варира в границите между 16,2% (2005 г.) и 20,4% (2008 г.), а посредством общинските бюджети се преразпределят съответно между 6,4% и 7,2% от БВП.² Въпреки посочената положителна динамика, сравнителният анализ разкрива ниската степен на финансова децентрализация в България, на фона на средни за ЕС (27) равнища на тези показатели съответно 24-26% относителен

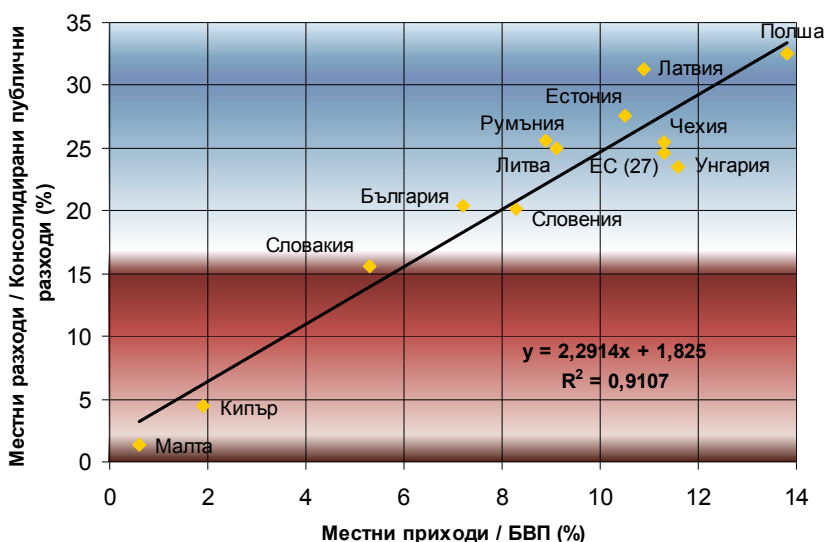
дял на разходите в местните бюджети от общата сума на разходите на публичния сектор и преразпределение на 11-12% от БВП посредством бюджетите на местните власти.

Трябва да подчертаем, че степента на финансова децентрализация в България е ниска, дори на фона на постигнатото от новите страни членки на ЕС. От общо дванадесет държави, присъединили се към Съюза (Полша, Унгария, Чехия, Словакия, Словения, Литва, Латвия, Естония, Кипър и Малта през 2004 г., България и Румъния през 2007 г.), нашата страна заема осма и девета позиция по отношение съответно на стойностите на показателите дял на местните разходи в консолидираните публични разходи и дял на местните приходи от БВП. С по-нисък относителен дял на местните приходи в БВП са само Словакия (5,3%), Кипър (1,9%) и Малта (0,6%), а по отношение на дела на местните разходи в консолидираните публични разходи към групата на посочените държави се прибавя и Словения.

¹ Решение на МС №399/2002г. за приемане на Концепция за финансова децентрализация и Програма за реализация на Концепцията за финансова децентрализация за периода 2002-2005 г.

² Министерство на финансите на Република България. Категория Бюджет/Статистика.
<http://www.minfin.bg/>

Фигура №1 Относителен дял на местните приходи в БВП в новите страни членки на ЕС



Държава	(а)	(б)	Държава	(а)	(б)
Полша	13,8	32,51	Румъния	8,9	25,54
Унгария	11,6	23,47	Словения	8,3	20,21
Чехия	11,3	25,48	България	7,2	20,40
ЕС (27)	11,3	24,56	Словакия	5,3	15,53
Латвия	10,9	31,32	Кипър	1,9	4,41
Естония	10,5	27,53	Малта	0,6	1,38
Литва	9,1	25,04			

Забележка: (а) Местни приходи / БВП (%)
(б) Местни разходи / Общи публични разходи (%)

Източник: Eurostat, 2008 г.

Прилагането на еднофакторен регресионен модел за изследване на зависимостта между основните показатели за финансова децентрализация в публичния сектор на новите страни членки на ЕС показва наличието на много силна корелация ($R^2 = 0,91$) между относителния дял на местните приходи в БВП и дела на местните разходи в консолидираните публични разходи. При промяна на дела на местните бюджетни приходи в БВП с един процент, настъпва еднопосочно изменение на относителния дял на местните разходи в консолидираните публични разходи с 2,29%. С други думи, пътят към повишаване на финансовата

децентрализация в публичния сектор минава през предоставяне на повече финансови ресурси на местната власт. Съответствието между финансовите ресурси и разходните отговорности е важна предпоставка за финансовата автономност на местните власти, която е регламентирана в Европейската харта за местно самоуправление, ратифицирана от всички държави членки на Европейския съюз. Основните принципи, формиращи фундамента на финансовите взаимоотношения между централните и местни власти в европейските страни имат за цел да гарантират финансовата автономност на местните власти, посредством

осигуряване на адекватни, стабилни и контролирани от местните власти източници на финансови средства
(Европейска харта за местно самоуправление. Страсбург. 1985 г., чл.9).

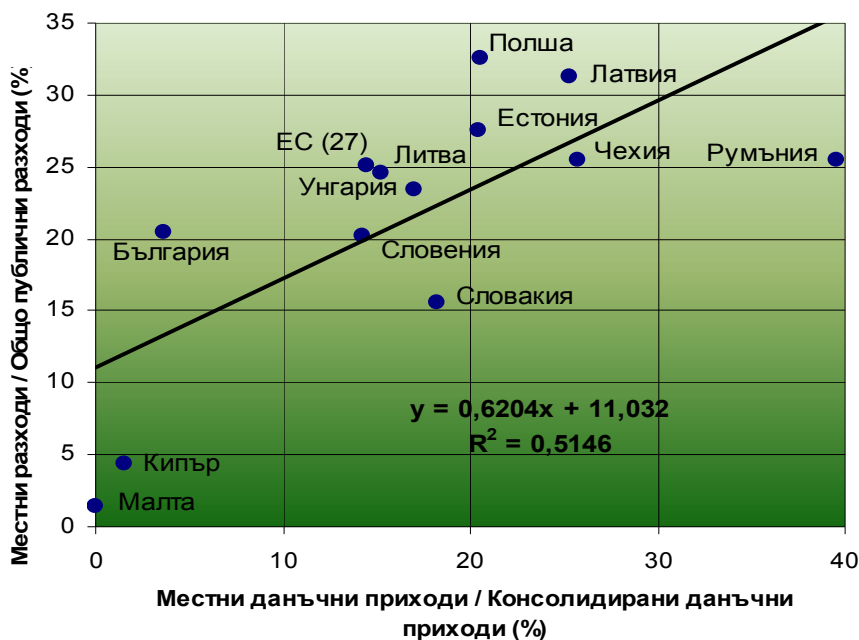
Политиката на финансова децентрализация е предпоставка за силно местно самоуправление и икономически растеж, поради което в рамките на Европейския съюз се насърчава увеличаването на финансовата автономност на местните власти.

В най-общ план, приходите в местните бюджети се декомпозират на собствени приходи от местни данъци, такси и други неданъчни приходи от управление на общинска собственост, които традиционно са под контрола на

местната власт и държавни трансфери, които зависят предимно от решенията на централното правителство. По принцип се смята, че когато собствените ресурси са съпоставими като размер с държавните трансфери, финансовата автономност на местните власти е добре обезпечена.

Ето защо, важен показател за степента на финансова децентрализация е относителният дял на местните данъчни приходи в консолидираните данъчни приходи на публичния сектор. При анализа на този показател обаче, следва да се отчита, че методиката на Евростат не разграничава данъчните приходи от гледна точка на данъчните правомощия на местните власти, нито пък дава информация дали приходите са от споделени данъци, които са част от системата на държавните трансфери, или от местни данъци, които в по-голяма или по-малка степен се намират под контрола на местната власт.

Фигура №2 Данъчни приходи в бюджетите на местните власти в новите страни членки на ЕС



Държава	(а)	(б)	Държава	(а)	(б)
Румъния	39,52	25,54	ЕС (27)	15,21	24,56
Чехия	25,70	25,48	Литва	14,50	25,04
Латвия	25,34	31,32	Словения	14,21	20,21
Полша	20,53	32,51	България	3,61	20,40
Естония	20,45	27,53	Кипър	1,58	4,41
Словакия	18,27	15,53	Малта	0	1,38
Унгария	17,02	23,47			

Забележка: (а) Местни данъчни приходи / Консолидирани данъчни приходи (%)
(б) Местни разходи / Общи публични разходи (%)

Източник: Eurostat, 2008 г.

Сравнителният анализ на представените данни разкрива широкия диапазон, в който варира относителния дял на местните данъчни приходи в общата сума на консолидираните данъчни приходи в отделните страни от Европейския съюз. Най-ниската стойност на този показател е регистрирана в Малта (0%), а най-високата стойност е отчетена в Швеция (43,8%). Относителният дял на данъчните приходи на общините от общите данъчни приходи в България е сред най-ниските не само в рамките на ЕС (27), но и сред новите страни членки. През 2008 г. стойността на този показател в нашата страна достига едва 3,6%, с което България се позиционира преди Малта (където на практика няма местни данъци) и Кипър (1,58%). Изоставането на страната ни е очевидно, в контекста на средната стойност от 15,2% за ЕС (27) и стойностите в интервала 17,0% - 25,7%, регистрирани от държавите от региона на централна и източна Европа, като Унгария (17,0%), Словакия (18,3%), Естония и Полша (20,5%), Латвия (25,3%) и Чехия (25,7%). Впечатление прави Румъния, в която общинските данъчни приходи достигат дял от 39,5% от общите данъчни приходи на публичния сектор, но трябва да се отчете, че част от тези приходи са от споделени данъци. Въпреки всичко, по този показател Румъния са нарежда на второ място в Европейския съюз.

Изключително ниското равнище на приходите от местни данъци в общите

данъчни приходи в България е още по-фрапиращо на фона на несъразмерно големите разходни отговорности на общините, измерени посредством относителния дял на общинските разходи от общите публични разходи. Трябва да посочим, че ролята на местните власти по отношение на публичните разходи варира значително в отделните страни от ЕС (27) – от 1,38% в Малта до 64,1% в Дания, но като цяло се наблюдава съответствие между разходните отговорности и данъчните приходи на местните власти. Прилагането на еднофакторна регресия разкрива наличието на значителна корелация ($R^2 = 0,51$) между относителния дял на местните от консолидираните данъчни приходи и относителния дял на местните от консолидираните публични разходи в новите страни членки на ЕС. Зависимостта е права, като на всеки един процент изменение на относителния дял на местните данъчни приходи, съответства 0,62% изменение на относителния дял на местните разходи от общата сума на публичните разходи. В България през 2008 г. общинските разходи достигат 20,4% от консолидираните публични разходи, т.е. стойност, която е съпоставима със средното равнище за ЕС (27) – 24,6% и не се отклонява твърде много от стойностите, регистрирани в Словакия (15,5%), Унгария (23,5%), Литва (25,0%), Естония (27,5%), Чехия и Румъния (25,5%). Същевременно, относителния

дял на местните данъци от консолидираните данъчни приходи в България е в пъти по-нисък от съответните стойности на този показател в посочените държави.

В заключение следва да посочим, че сравнителния анализ на основните количествени параметри на финансовата децентрализация налага изводът, че България се нарежда сред страните с централизирани модели по отношение на структурата на данъчните приходи на публичния сектор. Налице е сериозно несъответствие между изключително ниския относителен дял на местните от консолидираните данъчни приходи и разходните отговорности на местната власт. Въпреки продължаващите вече шест години целенасочени усилия за финансова децентрализация на публичния сектор, българските общини не разполагат със значим фискален капацитет.

Данъчните компетенции на общините се определят като един от стълбовете на финансовата децентрализация в европейските държави. В тази връзка като несъмнени постижения следва да се отчетат някои законодателни промени, които способстват за поетапно възприемане и прилагане в българската практика на европейските стандарти в областта на финансовата децентрализация. Първоначално – от

началото на 2006 г., на общините са възложени функциите по събиране, администриране и контрол върху приходите от местни данъци. В следствие (от началото на 2008 г.), патентния данък е дефиниран като местен данък, като същевременно на местните власти е предоставена възможност да определят по свое усмотрение ставките на местните данъци в рамките на определени граници, регламентирани в Закона за местните данъци и такси. Последните законодателни промени предвиждат значително увеличаване на диапазона между минимален и максимален размер на местните данъци от началото на 2010 г., което дава възможност на общинските съвети да съобразят конкретните размери на местните данъци със социалните и икономическите условия на територията на съответната община.

В бъдеще усилията следва да бъдат насочени към укрепване на приходния капацитет на общините чрез увеличаване на собствените приходоизточници. Основен приоритет в това отношение е преструктурирането на данъчната система на страната, с цел създаване на предпоставки за развитие на съвременна система от местни данъци и преразпределение на данъчната тежест.

Литература:

1. Европейска харта за местно самоуправление. Страсбург. 1985 г.
2. Закон за местното самоуправление и местната администрация, Държавен вестник, бр.77/1991 г.
3. Закон за общинските бюджети. Държавен вестник, бр.33/1998 г.
4. Закон за местните данъци и такси. Държавен вестник, бр.117/1997 г.
5. Министерство на финансите на Република България. Категория Бюджет/Статистика. В <http://www.minfin.bg/bg/page/4>
6. Решение на МС №399/2002г. за приемане на Концепция за финансова децентрализация и Програма за реализация на Концепцията за финансова децентрализация.
7. Blöchliger, H., Rabesona, J. The Fiscal Autonomy of Sub-central Governments: An Update. OECD. 2009
8. Eurostat. Key Figures on Europe. Statistical Pocketbook 2008
9. Eurostat. Europe in Figures. Eurostat Yearbook 2008
10. Eurostat. Government Statistics. In <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
11. OECD. Revenue Statistics. 2008
12. World Bank. Fiscal Decentralization Indicators. In <http://siteresources.worldbank.org/INTDSRE/Resources/WBFDldefinitions.doc>

ас. ИВАН ТОДОРОВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“ гр. БЛАГОЕВГРАД

**РЕФОРМАТА НА МЕЖДУНАРОДНАТА ФИНАНСОВА СИСТЕМА: ЗАДЪЛЖИТЕЛНО
УСЛОВИЕ ЗА ПОСТИГАНЕ НА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ**

**THE REFORM OF INTERNATIONAL FINANCIAL SYSTEM: MANDATORY
REQUIREMENT FOR ACHIEVING SUSTAINABILITY**

Assistant Prof. IVAN TODOROV

SOUTHWEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: The article proves that international financial system provokes unsustainable development on the global scale. The causes for the global crisis are analyzed and its historical significance is revealed. A reform of the system of international finance is proposed in order to achieve a worldwide sustainability.

Key words: global crisis, international financial system, sustainability

**Международната финансова
система провокира неустойчиво
развитие в глобален мащаб**

Ще докажем тази теза чрез анализ на процеса на създаване на пари, описан в публикацията на Федералния резерв „Механика на модерните пари“¹.

Когато американското правителство има нужда от пари, да речем 10 млрд. долара, то издава облигации за тази сума, срещу които получава новоемитирани банкноти от Федералния резерв на същата стойност. Новоемитираните пари се прибавят към паричното предлагане и стават официално платежно средство. Най-често въобще не се стига до физическо отпечатване на облигациите и банкнотите, тъй като транзакциите се извършват по електронен път. Това обаче не променя същността на процеса: тъй като правителствените облигации са дългови инструменти, **парите се създават от дълг.**

Федералната резервна система (ФРС) получава облигации, а правителството на САЩ - банкноти на стойност 10 млрд.

долара, които депозира в търговска банка. Този депозит автоматично става част от банковите резерви, както всички депозити. 10% от депозита (1 млрд. долара) се превръщат в минимални задължителни резерви на търговската банка. Останалите 9 милиарда долара се считат за свръхрезерви, които се използват като база за нови заеми.

Логично е да се допусне, че тези 9 милиарда идват от съществуващия депозит на стойност 10 млрд. долара. Деветте милиарда обаче се създават допълнително върху съществуващия 10-милиарден доларов депозит: "Разбира се, че те (банките – бел. авт.) всъщност не изплащат заеми за парите, които получават като депозити. Ако го правеха, никакви допълнителни пари нямаше да бъдат създадени."²

Стопанските агенти вземат назаем новосъздадените 9 млрд. долара и ги влагат в банковите си сметки. След това процесът се повтаря. Депозитът става част от банковите резерви, 10% се удържат като задължителни минимални резерви, а останалите 8.1 млрд. са

¹ Modern Money Mechanics, <http://landru.i-link-2.net/monques/mmm2.html>

² Modern Money Mechanics, <http://landru.i-link-2.net/monques/mmm2.html>

новосъздадени пари за нови заеми. Процесът на депозитна и парична мултипликация продължава, докато от първоначалните 10 милиарда долара се създадат нови 90 милиарда.

Новосъздадените пари намаляват стойността на вече съществуващите, тъй като паричното предлагане расте, без да расте търсенето на стоки и услуги. Генерира се **инфлация**, която по своята същност представлява *скрит данък върху обществото*. **Инфлацията е вродена характеристика на описаната система на парична експанзия.** Увеличаването на паричното предлагане без съответно пропорционално нарастване на стоките и услугите в икономиката намалява стойността на парите. Покупателната сила на един долар през 1913 г. (когато е създадена ФРС) е равна на покупателната сила на 21.60 долара през 2007 г. Покупателната сила на един долар за 94 години под ръководството на ФРС е намаляла с 96%¹.

На 30 септември 1941 г. управителят на ФРС Маринър Екълс заявява, че ако бъде изплатен целият национален дълг на САЩ, в обръщение не би останал нито един долар². Тъй като парите се създават от дълг и влизат в обръщение чрез търговията, се извършва **отделяне на хората от техния оригинален дълг.** За да погаси дълга си и да покрие разходите си за живеене, всеки човек е принуден да се съревновава с останалите за част от паричното предлагане. **Изплащането на всички дългове обаче е невъзможно, тъй като тогава не биха останали пари в обръщение. Винаги някой дължи нещо на някого и затова е принуден да се съревновава с другите.** Това е **двигателят на съвременната капиталистическа икономика**, причината за конкурентната борба,

мотивът за жестоката експлоатация на природни и човешки ресурси.

Начисляването на лихва върху създадените пари генерира нови импулси на нестабилност, тъй като дългът, който трябва да бъде изплатен, нараства. Почти всеки съществуващ долар (и друга парична единица) трябва да бъде върнат на банка с начислена върху него лихва. Тъй като всички пари се вземат назаем от централната банка и се разпространяват от търговските банки чрез заеми, като към паричното предлагане се прибавят само главниците, но не и лихвите, **количеството пари, които се дължат на банките, винаги превишава количеството налични пари.** По данни от 2002 г. националният дълг на САЩ е 4 трилиона долара, а парите в обръщение, с които трябва да бъде изплатен този дълг, са 7-8 пъти по-малко – 263 млрд. долара. *Инфлацията е вроден конструктивен дефект на настоящата финансова система*, тъй като винаги има нужда от нови пари, които да покрият постоянния паричен дефицит, породен от необходимостта да се изплатят начислените лихви.

САЩ доминират в света поради военно превъзходство, голям размер и продуктивност на своята икономика и поради статута на долара на световна валута – над 50% от международните трансакции и над 60% от световните валутни резерви са деноминирани в щатски долари³. **Положението на САЩ на водеща световна икономическа сила изисква отговорна фискална и монетарна политика от Белия дом и ФРС.** Такава обаче липсва: *САЩ имат огромни фискални дефицити и пасиви по текущата сметка на платежния баланс, които финансират проинфлационно чрез парична емисия.*

¹ Филмът Zeitgeist 2: Addendum

² Филмът Zeitgeist 2 : Addendum

³ По данни от 2006 г., Светът се нуждае от глобална валута,

<http://www.segabg.com/online/article.asp?issueid=2370§ionid=5&id=0001001>

Поради използването на долара в световен мащаб **негативните ефекти от макроикономическата политика на САЩ се разпростират върху всички държави**. САЩ обаче печелят от сеньораж и лихви от статута на долара на световна валута.

Излишъци от щатски долари се движат по целия свят в търсене на висока възвръщаемост, бързо преминавайки от един национален пазар на друг. *Приливите и отливите на капитал дестабилизируют финансовите системи на развиващите се страни и причиняват финансови кризи*. През 1990-те години министерството на финансите на САЩ предлага на развиващите се страни стратегията „**икономически растеж чрез спестявания от чужбина**” – премахване на бариерите пред вноса и износа на финансов капитал с цел намаляване на цената на кредитните ресурси и оптимизиране на разпределението им в световен мащаб. *Единственият печеливш от тази стратегия се оказват САЩ*, тъй като задлъжнелите държави са по-склонни да подкрепят американските становища в ООН, МВФ, СТО и други международни организации. В условията на криза, американски компании придобиват стратегически национални активи на тези държави на занижени цени.

Световната криза

Върлуващата в момента глобална финансова криза има **историческо значение** по няколко причини:

1. Подобно на кризата от началото на седемдесетте години на двадесети век тя показва, че международната финансова система **е изчерпала възможностите** си за поддържане на световната икономическа стабилност и че е време за **кардинални промени** в световното финансово статукво. Глобалната финансова система притежава **вродени конструктивни дефекти**, които изискват **качествено нови принципи** и

институционална структура на международните финанси.

2. За разлика от предишните кризи, настоящата криза **не може** да се обясни с традиционното разбиране за цикличност на капиталистическата икономика, което застъпва още Маркс. Сегашната криза има ярко изразен **структурен характер**, тя е криза на устройството, принципите и институциите, върху които е изграден световният финансов порядък. *Доказателство за структурния характер на настоящата криза е, че в нейните условия инструментите на паричната политика – промените в лихвените проценти и паричното предлагане, не дават желаните резултати*. Наливането на ликвидност в икономиката от бюджета или от централната банка не води до стабилизиране на кредитирането, а пазарният лихвен процент по кредитите не реагира на промените в основния лихвен процент. **Нужни са съществено нови регулативни и институционални мерки, тъй като в настоящата ситуация традиционните монетаристки похвати не работят**;

3. Настоящата криза може да се нарече **структурна** и поради *натрупани диспропорции в икономиката на САЩ, които в крайна сметка са и основната причина за нейното възникване*. Под **диспропорции** имам предвид *голямата разлика в темповете на нарастване на БВП, брутния дълг, доходите на населението, лихвения процент и корпоративните печалби в САЩ*. В нормални условия **тези показатели би трябвало да растат с близки темпове**. В САЩ обаче *разликата в прираста на тези индикатори означава, че непрекъснато се емитират долари, за да се подпомагат неефективни производства*, т.е. отрасли, които според баланса на междуетрасловите връзки употребяват ресурси на по-голяма стойност от създадената от тях продукция. **По експертни оценки нерентабилните отрасли в**

американската икономика дават 25% от БВП на САЩ, а подпомагането им струва на американското правителство над 1,3 трилиона долара годишно¹. Спадът на американската икономика би трябвало да продължи, докато темпът на парична емисия не се приближи към темпа на БВП.

При анализа на причините за настоящата криза не бива да се подминават вродените дефекти на световната финансовата система: дълг, инфлация, недостиг на пари, както и някои фактори от правен характер. Според Ноам Чомски, професор в Масачузетския технологичен институт и един от най-известните критици на външната политика на САЩ, главната причина за финансовата криза е дерегулацията на финансовия сектор, по-специално дерегулацията на банковите заеми². Някои промени в международната счетоводна практика също изиграха своята роля за сегашната финансова криза. Например възприемането на принципа някои активи да се отчитат по справедлива, а не по остатъчна стойност, доведе до нереално нарастване на балансовото число и пазарната цена на акциите на много фирми и банки, в резултат на което техните акционери регистрираха огромни печалби. Когато дойде кризата и пазарът се сринва, без да спазва обичайната процедура и под политически натиск, Съветът за Международни счетоводни стандарти внесе промени в Международен счетоводен стандарт 39 и Международен стандарт за финансови отчети 7, които позволиха на банките да отчитат повече активи по остатъчна стойност³. Тези промени дадоха възможност на банките да прикрият

¹ Георгиев, Р., „С кешов манталитет няма изход от световната криза“, в. Пари, 7.01. 2009 г., стр. 20

² Интервю във в. „Труд“, бр. от 15.11.2008 г.

³ „Голямото счетоводство – има ли пилот в самолета?“, <http://odit.info/?s=2&i=2336>, 10.11.2008 г.

голяма част от загубите си – само за една седмица активи на стойност 113 млрд. евро бяха преоценени от справедлива по остатъчна стойност, което спести на европейските банки загуби в размер на 3 млрд. евро⁴. Иначе казано, международните счетоводни правила се промениха в полза на банките – при добра икономическа конюнктура им се даде възможност да натрупат огромни печалби, отчитайки активите си по справедлива цена, а когато дойде кризата и трябваше да понесат отговорността за икономическите си решения, активите им се преоцениха по остатъчна стойност, за да избегнат загуби.

Натрупаното напрежение в икономиката на САЩ и вродените дефекти на международната финансова система не можеха да не се проявят. Беше нужен само начален импулс, който да даде начало на кризата. В такъв импулс се превърна сривът на американския ипотечен пазар.

Реформата на международните финанси

Реформата на международната финансова система е задължително условие за постигане на устойчивост в световен мащаб. По-конкретно са нужни следните промени:

➤ Създаване на Световна централна банка и Световен фискален комитет, които да провеждат глобална макроикономическа политика за създаване на глобална стационарна зелена икономика. Световната централна банка трябва да извършва в световен мащаб монетарна политика, подобна на описаната в безлихвената валутна зона по нататък в текста, а Световният фискален комитет да съгласува фискалната политика на

⁴ IASB questions relaxing of fair value accounting, <http://www.ft.com/cms/s/0/14bed534-ac38-11dd-bf71-000077b07658.html>, 7.11.2008 г.

отделните страни за постигане на целите на устойчивото развитие;

➤ Да се въведе данък върху валутните трансакции с цел ограничаване на спекулативните валутни операции. Приходите от този данък ще бъдат използвани за екологични и социални програми в развиващите се страни;

➤ Всяка държава следва да емитира „обезценяващи се” пари, подобни на описаните в безлихвена валутна зона по-нататък в статията;

➤ Да се въведе глобална обезценяваща се валута, отделена от националните валути и интереси. Тя трябва да премахне злоупотребата от страна на САЩ със статута на долара като световна валута. Тази безлихвена глобална валута би трябвало да има следните характеристики:

➤ Да се базира на реалния БВП на водещите световни икономики;

➤ Деноминирани в нея ценни книжа да се емитират и съхраняват като резерви от отделните компании и правителства;

➤ Държавите да се разплащат помежду си в собствената си безлихвена валута, като плащанията се уреждат в рамките на международна организация, използваща глобалната валута като разчетно средство;

➤ Изменения във валутните курсове да се правят през определени интервали от време съобразно промените във валутните резерви на всяка страна в глобалната валута;

➤ Обменните съотношения да отразяват търсенето и предлагането на стоки и услуги, а не спекулациите за бъдещи техни изменения.

Предлаганите промени в системата на международните финанси имат сериозно основание: **използването на парите като средство за натрупване на стойност провокира неустойчивост в развитието.** Нека аргументираме това твърдение.

Парите са единствената стока, която е високо ликвидна и не създава за

своите собственици загуби от разваляне и разходи за съхранение, а им носи доход под формата на лихви. Това създава **естествено предпочитание у хората да държат пари, вместо други стоки.** Възможни последици от това предпочитание са:

1) Някои хора могат да не работят благодарение на лихвения доход, който получават. Освен че е несправедливо от социална гледна точка, това е и икономически неефективно, тъй като води до пропуснато производство;

2) Лихвите, които парите носят, са несправедливо средство за преразпределение на дохода и богатството;

3) Лихвите се калкулират в себестойността на всяка стока и инвестиция, генерирайки инфлация;

4) Изплащането на лихви създава натиск върху стопанските агенти за генериране на допълнителни доходи, изостря конкурентната борба между тях и засилва експлоатацията на човешките и природните ресурси.

Платците на лихвата на практика плащат за правото да участват в размяната, т.е. за достъп до пазара. Получателите на лихвата получават покупателна сила, без да създават добавена стойност. Лихвата представлява своеобразна пазарна бариера, каквото не би трябвало да съществува на един свободен пазар. Функцията на парите „средство за натрупване на стойност” нарушава изискването за равнопоставеност на стопанските субекти, създавайки необосновани предимства за едни икономически агенти пред други. Това пречи на ефективното функциониране на „невидимата ръка”.

За неефективното функциониране на съвременните пазари допринася и широко разпространеното разбиране, че ресурсите са ограничени. То създава **чувство за несигурност** у стопанските субекти и формира у тях **краткосрочно ориентирана консуматорска нагласа**

вместо дългосрочна визия за взаимноизгодно сътрудничество. В крайна сметка постулатът за ограничеността на ресурсите лишава индивидите от нужното спокойствие за пълно потъркване на техния творчески потенциал, което води до **занижени стопански резултати**.

Използването на парите като средство за натрупване на стойност и постулатът за ограниченост на ресурсите генерират импулси на неустойчивост, затова предлагаме следните мерки за *тяхното неутрализиране*:

1) **Отхвърляне на постулата за ограниченост на ресурсите**. Не съществува недостиг на ресурси, а само неравномерното им разпределение, причинено от неравномерно разпределение на финансовия капитал. За неравномерното разпределение на финансовия капитал пък съдейства използването на парите като средство за натрупване на стойност;

2) **Създаване на нов тип валутна зона, в която парите изпълняват функциите „средство за размяна” и „разчетно средство”, но е премахната функцията „средство за натрупване на стойност”**. Определяме новата валутна зона като *икономическо пространство, в рамките на което е въведена безлихвена единна валута*. Предлагам към известните вече критерии за оптималност на една валутна зона (степен на международна подвижност на факторите за производство, степен на отвореност на икономиките на страните във валутната зона, сходство на бизнес циклите и икономическите шокове, степен на продуктова диверсификация на икономиките на държавите във валутната зона) да бъде добавен нов – *наличие на безлихвена обща парична единица*.

Основна цел на монетарната политика в безлихвената валутна зона е поддържане на паричното предлагане на равнище, близко до

транзакционното търсене на пари (търсенето на пари за реална покупка на стоки и услуги). Това може да се постигне по следния начин:

1) *Парите, държани с осигурителни и спекулативни мотиви, биват извадени от обращение;*

2) *След това паричното предлагане се изменя със същия темп, с който се променя транзакционното търсене на пари, за да се запази приблизителното равенство между тях.*

Търсеният ефект е намаляване на количеството пари в обръщение и увеличаване на скоростта на паричното обръщение.

Паричната политика в безлихвената валутна зона се определя и провежда от независима институция (централна банка), която емитира парични знаци и събира такса за тяхното ползване – определен процент от номинала на използваните пари. Приходите от сенъоража и от таксата за ползването на парите отиват в бюджета на съответната общност (община, област, държава, регионална интеграционна общност, свят) и се използват за издръжка на общностните институции и за обезпечаване на провеждането на общностните политики.

Първостепенна роля в безлихвената валутна зона играе банковата система. Банките предлагат на всяко физическо и юридическо лице възможността да държи парите си в разплащателни и спестовни сметки. *Парите в разплащателните сметки се считат за пари в брой и се облагат с такса за ползване. Парите по спестовните сметки не се таксуват. В паричното обръщение реално участват само авоарите по текущите сметки и парите в брой, затова само те се използват при определяне на транзакционното търсене на пари и на паричното предлагане.*

В безлихвената валутна зона лихвата по безсрочните депозити е

отрицателна и е равна по абсолютна стойност на таксата за използване на парите, а лихвата по срочните и спестовни влогове е нулева.

Интересна е кредитната политика на банките в безлихвената валутна зона. Разходите за обслужване на кредита за кредитополучателя включват заплащане на труда на банката (банкова комисионна) под формата на фиксирана абсолютна сума и рискова премия, изразена в процент от сумата на отпуснатия кредит. Сумата от рисковите премии по отпуснатите банкови кредити е равна на разликата между паричното предлагане и транзакционното търсене на пари в безлихвената валутна зона. Тези рискови премии са единствените пари в обръщение, които не са обезпечени с реално произведени стоки и услуги. Инфлационна премия няма, тъй като почти всички пари в обръщение са обезпечени с реално произведени стоки и услуги.

Предлагам опитите за неплащане на таксата за ползване на парите чрез държане на пари в брой извън банките да се предотвратяват чрез емитирането на банкноти в няколко цвята и пълното изваждане от обращение на един цвят банкноти годишно. Кой точно цвят банкноти ще бъде премахван се решава чрез публичен жребий. Никои не би държал повече пари в брой и по разплащателни сметки, отколкото изискват реалните му потребности за покупка на стоки и услуги, тъй като търпи от това държане загуби под формата на такса за ползване и риска за изгуби част или всички от държаните пари при жребия.

В безлихвената валутна зона парите представляват „горещ картоф“, от който всеки се опитва да се освободи възможно най-бързо, тъй като държателят им в края на месеца плаща таксата за тяхното ползване. Това способства за намаляване на наличните пари, за ускоряване на паричното обръщение и за стопански

растез. Ако даден стопански субект има пари в брой и не иска да плати таксата за ползването им, той има два варианта:

❖ *Да ги внесе по спестовна сметка. Това е равносилно на изваждането на парите от обръщение;*

❖ *Да закупи с тях стоки или услуги. Това означава ускоряване на паричния оборот и нарастване на разходите (потребителски или инвестиционни), което в крайна сметка повишава БВП.*

Заклучение

Събитията от 2007 г. насам поставят особено остро въпроса за крайната нужда от кардинални реформи в начина на функциониране и институционалната структура на световната финансова система. Безлихвени валути биха могли да бъдат въведени първо в регионалните интеграционни обединения, а на един по-късен етап те могат да прераснат в единна световна безлихвена парична единица, при което целият свят да се превърне в безлихвена валутна зона. Това би повишило икономическата стабилност в глобален мащаб. Въвеждането на световна безлихвена парична единица ще подобри икономическата среда от гледна точка на инфлацията, тъй като гарантира, че всички пари в обръщение ще бъдат обезпечени с реално произведени стоки и услуги. Така се премахва една от основните причини за колебанията на цените – несъответствието между паричната маса и реалното производство.

Поддържането на равенство между паричното предлагане и транзакционното търсене на пари гарантира стабилността на финансовата система и предполага елиминиране на търсенето на пари с осигурителни и спекулативни мотиви. По този начин се решава един проблем, който още Джон Мейнард Кейнс се опитва да реши – проблемът със

спекулативните операции на финансовия пазар. Кейнс сравнява тези операции с казино и търси начин да ги сведе до възможния минимум¹.

Каква е вероятността в съвременните условия на глобализация и регионална икономическа интеграция да се формира икономическо пространство по подобие на описаната по-напред в статията безлихвена валутна зона, в която обезценяващите се пари да са основно разчетно и разменно средство? Съществуването

на две изградени върху коренно различни принципи финансови системи би довело до дезинтеграция на световното стопанство. Създаването на безлихвена валутна зона има смисъл единствено ако тя е глобална, т.е. обхване целия свят. Това изисква световен консенсус за пълна промяна на принципите и институционалната структура на световната финансова система, който трудно би могъл да се постигне.

¹ Гечев, Р., „Фискална политика за устойчиво развитие“, <http://financebg.com/?act=showarticles&more=9460>

доц. д-р БОЖИДАР ГЪШЕВ

МЕЖДУНАРОДНО ВИСШЕ БИЗНЕС УЧИЛИЩЕ – БОТЕВГРАД

д-р ЛАЛКА БОРИСОВА

МЕЖДУНАРОДНО ВИСШЕ БИЗНЕС УЧИЛИЩЕ – БОТЕВГРАД

ПЛАНИРАНЕ НА КАРИЕРАТА – ПЪТНА КАРТА ЗА РАЗВИТИЕ

CAREER PLANNING – A ROADMAP FOR DEVELOPMENT

Associate Prof. Dr. BOJIDAR GYOSHEV

INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL - BOTEVGRAD

Dr. LALKA BORISOVA

INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL - BOTEVGRAD

Abstract: Career planning is a key issue in the management of career development of the personnel. Its effective execution is based on the understanding of the theoretical foundations of the career – its nature, stages of development, motivation, strengths and traits of the personnel determining the choice of profession and career and the roadmap of career development. The recognition of the objectives of the organization and its policy of management of the personnel is of great importance. The mapping of personality traits, capabilities, and goals skills of the individuals against the organization's objectives and mission guarantees the success of career planning.

Keywords: career, career development, stages of career development, professional choice, career choice, roadmap of development, emotional intelligence, and professional competence.

1. Кратък исторически преглед – същност и развитие на понятието „кариера”

Управлението на човешките ресурси е стратегически подход към управлението на най-ценния ресурс на организацията – хората, които работят в нея и допринасят за достигане на нейните цели. Получаването на конкурентно предимство от организацията за сметка на човешките ресурси е следствие както от правилния подбор на сътрудниците, така и от обучението и развитието на персонала, за да може организацията постоянно да повишава своя потенциал и да е в състояние да отговори на съвременните предизвикателства. Едно съществено направление на управлението на човешките ресурси в организацията е развитието и

израстването на сътрудниците, което е тясно свързано с управлението на тяхната кариера.

Изследванията върху кариерата и кариерното развитие на наетите в организациите служители води началото си от първите години на двадесети век. Един от първите изследователи е Фредерик Парсънс, който в своята книга “Избор на професия” (1909) разглежда идеи за кариерното развитие на личността.¹ До 50-те и 60-години на двадесети век в Съединените щати изследванията са насочени към избора на професионална област и навлизането в нея(13; 26; 28). През 70-те години основно се изследват спецификата на работата и факторите, които влияят на

¹ По (3, 59)

избора и успеха на кариерата. (16, 267-278; 20; 25.). В изследванията на кариерата през 80-те и 90-те години фокусът се премества към личността в организацията като система и се изучават кариерното плато, етапите на кариерата, кариерната стълба (14; 18,41-45; 21,3-13). В началото на двадесет и първи век, в условията на глобализация и високо турбулентна среда, когато организациите могат да поемат все по-малка отговорност за развитието на кариерата на своите служители, се изследват такива феномени като нов социален контракт, хоризонтална кариера и нови пътища за развитие на кариерата (1,430-435; 10; 19,50).

В Речника за чуждите думи в българския език /1978/ кариерата се определя като: "1. Успешно напредване в служебна или др. дейност. 2. Професия, занятие, дипломатическа служба. 3..." (6, 324). В Oxford Dictionary of Current English /1984/ кариерата е определена като: 1. Път или прогрес през живота или историята; 2. Начин на изкарване на прехраната или на лично развитие; 3. Кариерист - човек, насочен главно към лично напредване и успех в живота." (24, 139)

В научни трудове на поведенческата наука определението на кариерата се свързва с преживяванията на личността по време на трудовия живот.

Изследвайки съдържанието на термина кариера Hall посочва, че съществуват най-малко четири различни значения: (17, 3; 19, 8-10).

- **Кариерата като напредък (като успех).** Според тази дефиниция кариерата представлява поредица от повишения и други премествания нагоре в йерархията по време на трудовия живот на личността. Това е много широко разпространено виждане за кариерата;

- **Кариерата като професия.** Това е един по-малко общ поглед върху кариерата, свързан с разбирането, че определени професии представляват кариери, докато други не представляват.

Това разбиране е свързано с първото (кариерата като напредък), защото професии с добра кариера са тези, които имат ясен модел на систематичен напредък, докато професии, които не водят до напредък не представляват кариера;

- **Кариерата като поредица от длъжности през целия живот.** Според тази дефиниция, кариерата на личността е серия от заемани длъжности, без оглед на професия или ниво, по време на неговия личен живот. Съгласно тази дефиниция, всички хора които работят, всички хора с трудова история имат кариера. Тук не се прави оценка на важността на професията или посоката на движение. Everett Hughes, един от най-ранните и изтъкнати учени в областта на социологическото изследване на професията и кариерата, отнася поредицата от работи (длъжности) на индивида като *обективна кариера* а личния (индивидуалния) опит, който той има в тези работи (длъжности) като *негова субективна кариера*;

- **Кариерата като поредица от ролево свързан опит през целия живот.** Чрез тази дефиниция кариерата се представя като път на личния опит в поредицата от работи (длъжности) и дейности, които съставляват неговата трудова история. Това е субективната кариера – променящи се стремежи, удовлетворения, собствени концепции и други отношения на личността към неговата работа и живот. За да се разбере напълно хода (развитието) на трудовия живот на личността, и субективната и обективната кариера трябва да бъдат разгледани заедно като две страни от един и същ процес.

Обсъждайки тези четири значения на понятието кариера, Hall прави няколко допускания: 1. Кариерата сама по себе си не предполага успех или провал, бърз или бавен напредък; 2. Кариерният успех или провал е най-добре оценен от личността, а не от други. 3. Кариерата е съставена от поведения и отношения; 4.

Кариерата е процес – поредица от придобит опит свързан с труда. Имайки предвид тези допускания, Hall определя кариерата така: “Кариерата е индивидуално възприемана последователност от нагласи и типове поведение, асоциирани със свързаните с работата преживявания и дейности, обхващащи целия живот на човека” (19, 12).

Кариерата може да бъде разглеждана като поредица от роли в работата и преживявания в живота на човека, ако се ограничи до отделната личност. Наред с това кариерата заема място в специфичната социална среда и в частност в организацията – решаващ пункт пропускан от много изследователи, които анализират кариерата само от психологическа гледна точка. Нормалната или типичната професионална кариера обикновено следва поредица от отделни фази /етапи/ на развитие, всяка от които е очертана от определена промяна в индивидуалната лична преценка, но всяка е оформена и повлияна от организацията в която личността работи.

Представените по-горе дефиниции сочат, че кариерата включва процес на прогрес и развитие на индивидите, който е понякога описван като история на живота на хората. В същото време в кариерата има област на съществено препокриване /застъпване/ между личностните и организационните роли. Кариерата принадлежи на личността, но в много, ако не в повечето случаи кариерата ще бъде планирана и управлявана за личността от организацията. Организационната структура формира вътрешна “пътна карта” осигурявайки определени позиции /длъжности/, взаимовръзка между тези длъжности, необходими качества за да се заемат тези длъжности, както и механизъм, който дават възможност на хората да се движат по тази пътна карта в организацията. В този случай организацията могат да вземат водеща роля и да имат контрол върху

планирането и управлението на кариерата.(48, 3).

2. Етапи на развитие на кариерата

Кариерата вътрешно съдържа идеята за промяна във времето и за развитие. Кариерното развитие преминава през поредица от етапи, които са свързани с анализа на сходствата в трудовия опит на хората, независимо от тяхната професия. В същото време тези етапи имат връзка с етапите на периодизацията на личностното възрастово развитие. Всяка личност в своето развитие се променя биологически, емоционално и психологически в различните жизнени етапи. Тези промени безспорно влияят върху развитието на кариерата. Затова за изследването на етапите на кариера е необходимо да се изяснят (знаят) жизнените етапи в развитието на личността и техните характеристики.

Все още не съществува единна общоприета класификация на възрастовите периоди на развитие на личността. В психологията сравнително добре са изяснени периодите на детството и юношеството, но няма единство във вижданията за етапите на зрялата възраст (които имат връзка с кариерното развитие), въпреки че е налице близост между различните класификации. Съществуват множество модели на жизнения цикъл на отделната личност. Двамата най-изтъкнати изследователи в тази област, чиито предлагани модели на периодизация на развитието на личността имат най-голямо значение за изследване етапите на кариерата са Е. Erikson и D.J. Levinson.

Един от ранните и твърде влиятелни изследователи на жизнените етапи Erikson Е. Н. (12), определя осем стадия на възрастово развитие. Първите четири от тях (засягащи детството) нямат отношение към кариерата. Следващите са пубертет и юношество (12 – 19 г.), ранна зрялост (20 - 25 г.), средна зрялост (26 – 64 г.) и късна зрялост (след 65 г.).

Особено последните три стадия – на ранната, средната и късната зряла възраст имат пряко отношение към кариерата.

Друг изтъкнат изследовател на жизнените стадии е Levinson D. J. (1986) (22, 3-13). Според него жизнения цикъл на човека съдържа четири основни стадия – детство и юношество /до 17 г./, младежка възраст /18 – 40 г./, средна възраст /41 – 60 г./ и късна възраст /над 61 г./

Всеки стадии от жизнения цикъл се характеризира с определен кръг психологически въпроси и задачи пред които се изправя личността, свързани с общуването, избор на професия, постъпването на работа и приспособяване към трудовия живот, създаване на семейство и раждане на деца, израстване в работата, удовлетвореност.

Четирите жизнени стадия по Levinson D. J. – младежка, средна и късна възраст с техните характеристики предлагат добра възможност за изследване на проблемите на кариерата и определянето на нейните етапи.

На основата на редица виждания в литературата за кариерно развитие, и модела на Левинсон за стадиите на жизненото развитие Greemhaus, J. H. and Callapan, G. A. (14, 100-104) са разработили модел на кариерно развити състоящ се от **пет етапа**:

1. Етап 1. Професионален избор.

Главните задачи на този етап е формиране и уточняване представата за професиите, запознаване с алтернативни професии, развиване поне на начален професионален избор и реализиране на образование или тренинг, съответстващ на направения избор. Изпълнението на тези задачи изисква внимателно вникване в собствените таланти, интереси, ценности и желания стил на живот, както и изискванията, възможностите и възнагражденията, свързани с алтернативните професионални полета. Времевите рамки на този етап, от

раждането до 25 г., отразяват формирането на собствена представа за себе си и за трудовия живот и се реализират през цялото детство, юношество и младежка възраст. Моделът на управлението на кариерата, възприет тук, е основан на постоянно изучаване и разкриване на възможности и за това много хора правят втори или трети професионален избор по време на техния трудов живот.

2. Етап 2. Влизане в организацията. Главната задача на този етап е избор на работа и организация в полето на избраната кариера. Позитивния изход /позитивното развитие/ на този етап е избора на работа, която да отговаря на собствените кариерни ценности и да използва собствените таланти. Този етап, който може да отнеме няколко месеца на търсене на работа, първоначално се осъществява между 18 и 25 г., но често зависи от годините на образование. Макар, че този етап е най-често се реализира от хора, които преминават направо от образованието към своето първо свързано с кариерата назначение, всеки може да влезе в нова организация. Ето защо възрастовия обхват може да бъде твърде различен.

3. Етап 3. Ранна кариера. Установяване и Постигане. (25 –40 г.). Този етап съдържа два периода, отразяващи главното съдържание на младежката възраст – намиране нисша в света на възрастните и продължаване по избрания път. Първата критична задача на ранната кариера е да се установи на работно място в професията /в кариерата/ и организацията. Новопостъпилият служител трябва не само да усвои техническите аспекти на работата, но и да научи нормите, ценностите и очакванията на организацията и да бъде приет като компетентен сътрудник, да намери своето място в професията и организацията. Това е социализиране и интегриране на работното място. В периода на постигането личността се

стреми към напредване и повишаване, като резултат от добро представяне и получено признание. В ранната кариера личността е не толкова свързана с приспособяване към организацията, колкото с движение нагоре.

4. Етап 4. Средна кариера. (40 – 55 г.). Този етап е инициран от преход към средната възраст, който служи като мост между ранната и средната възраст. Тук задачите са: преоценяване на ранната кариера и младежката възраст; промяна на мечтите; правене избори подходящи за средната възраст; оставане продуктивен в работата. Всичко това е свързано със следващият етап.

5. Етап 5. Късна кариера. (55 – пенсиониране). През този етап на кариерата пред индивида стоят две главни задачи. Първо, индивидът трябва да продължи да бъде ефективен служител на организацията и да поддържа самоуважение и лично достойнство. Второ, индивидът през този етап трябва да предвижда и да планира ефективно пенсиониране, така че отпадането на ангажиментите от работата да не доведат до изпразването на живота на личността от съдържание, а годините след пенсионирането да са съдържателни и удовлетворяващи.

Съществува определено съответствие между жизнените стадии и етапите на развитие на кариерата. Трябва да се отчете, че макар че етапите на кариерно развитие са тясно свързани със стадията на жизнения цикъл, съответствието не означава идентичност между жизнените и кариерните етапи на развитие, а само известно припокриване. Отчитането на съответствието между жизнените стадии и етапите на кариерата позволява да се имат предвид биологическите, емоционалните и психологическите промени на личността в различните жизненни стадии при отчитането и успешното справяне с психологически въпроси и задачи, пред които се изправя личността на отделните кариерни етапи. Затова успешните кариери в известна степен се дължат и

на постигането на определени етапи от кариерата в определена възраст. Отчитането на съответствието има важно значение както за служителите за разбирането и успешното справяне с трудностите в различните етапи на личната кариерата, така и за мениджърите при планирането и управлението на кариерния процес в организациите, които те ръководят.

3. Избор на кариера

Един много съществен момент от цялостното кариерно развитие на личността е изборът на професия и кариера. Неговата важност се определя от факта, че правилният избор е основа за едно успешно кариерно развитие, а неправилният е свързан с трудности, липса на напредък в кариерата, неудовлетворение.

Съществуват три основни подхода за избор на професия и кариера, всеки от които е свързан с (обяснен от) определени теории: избора на професия и кариера като процес на сходство, като еволюционен процес и избора като процес на вземане на решение. (14, 110-117):

• **Изборът на професия и кариера като процес на съответствие** - много теории за професионалния избор твърдят, че личността съзнателно или несъзнателно избира професия и кариера, които съответстват на нейните нужди, мотиви, ценности и заложби. Според Crites, един от най-ранните привърженици на този подход "В съответствие с тази гледна точка, изправена пред необходимостта от избор на професия, личността съзнателно прави анализ на своите предимства и недостатъци, събира информацията относно различни професии и достига до решение" (11, 119) Очаква се, че личността идентифицира своите възможности, нужди и ценности, избира подходящи кариерни цели и тогава избира професия.

Най-широко известна и приета в този подход е теорията на Holland за

кариерния (професионалния) избор. Според него могат да се определят шест относително устойчиви характерни черти на личността: реалистичност, склонност към изследвания, артистичност, общителност, предприемчивост, конвенционалност и на тяхна основа се формират шест типа личности – реалистичен, изследователски, артистичен, социален, предприемчив и конвенционален. Той счита, че

личностният тип отразява професионалните предпочитания и предопределя сферата на най-успешна кариера.

Според Holland “хората търсят среда, която да им позволи да проявяват своите умения и способности, да изразяват своето отношение и ценности и да се заемат с подходящи проблеми и роли” (21, 4)

Таблица 1. Типология на Holland за качествата и професиите

Тип на личността	Личностни характеристики	Предпочитани професии
Реалистичен	Стабилен, упорит, действен, ориентиран към настоящето,	инженер, агроном, механик, шофьор
Изследователски	Аналитичен, независим, любознателен, предпазлив, интроверт	математик, биолог, химик, икономист, учен,
Артистичен	Емоционален, импулсивен, с въображение	архитект, музикант, писател, художник, журналист
Социален	Общителен, великодушен, отзивчив, помагач	Психолог, социален работник, педагог, консултант
Предприемчив	Амбициозен, енергичен, предприемчив, властен	бизнесмен, мениджър, адвокат, брокер, търговски пътник, продавач
Конвенционален	Практичен, ефективен, тих, съвместен, изпълнителен	счетоводител, деловодител, чиновник

Изследванията на Super също се основават на схващането за съответствие между личността и професията. Основното в неговия модел е Аз-концепцията - представата на личността за себе си, “картината на индивида за себе си, само възприемането си.....” (27, 18) Нашата Аз-концепция (представа за себе си) се състои от качествата, които мислим, че притежаваме: нашите способности, личностни характеристики, нужди, интереси и ценности.

Super счита, че професионалният избор позволява на личността да играе роля, съответстваща на представата за себе си – на Аз-концепцията. Личността използва своята представа за себе си при професионалния избор и избира професия, която е съвместима със

съществените характеристика на представата за себе си. В резултат, хората развиват своята представа за себе си, развиват представи и виждания за професиите и избират професия, която е най-съвместима с тяхната Аз концепция.

• **Изборът на професия и кариера като еволюционен процес** - макар че обикновено не се осъзнава, избора на професия не се реализира като еднократен акт. Този избор става постепенно във времето. Решението за избора на определена професия и кариера представлява серия от решения, които обхващат важни (значими) стъпки в живота на личността. Според Super /26/ личността преминава през пет основни етапа на този еволюционен процес: растеж, изследване, установяване,

поддържане и спад. На всеки един от тези етапи личността решава определени задачи, правилното решаване на които е предпоставка за по-нататъшно успешно развитие на следващите етапи на този еволюционен процес.

• **Изборът на професия и кариера като процес на вземане на решение** - разработени са много модели за избор на професия и кариера като процес на вземане на решение. Повечето от тях са базирани на психологически теории за вземане на решения. Както Osborn отбелязва (23, 45-60) търсенето на решения за избор на професия предполага, че индивидите използват компенсация или подход на "размяна" при който неблагоприятни аспекти на определена работа се компенсират чрез благоприятни елементи на тази работа. Според него повечето широко използвани модели на избор на професия и кариера се основават на теорията на очакването на Вруум. Тази теория е в основата си рационален, с възможност за пресмятане, целево ориентиран модел за вземане на решение, в който хората избират действия, за които се очаква да донесат желани резултати.

Съгласно теорията на очакването, хората развиват очаквания относно възможността (вероятността), че те могат да влязат успешно в определена професия, ако те положат достатъчно усилия. Така те се насочват към професии и кариери които са не само привлекателни, но има и добър шанс за влизане в тях. Изборът на професия и кариера при всички тези подходи е повлиян от редица фактори като семейна среда, образователно ниво, лични способности и заложби, интереси и потребности, икономически и политически фактори. Всички те оказват влияние и конкретизират този избор.

В основата на успешния избор е работата, усилията и действията за израстване в кариерата. Достигането на

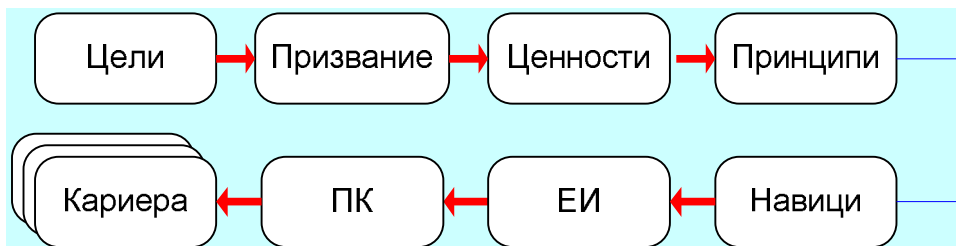
успех означава, че са реализирани планираните цели.

4. Достигането на целта и реализация на призиванието – пътна карта на кариерното развитие

Всяка организация има мисия, визия и стратегически цели, които са отразени в нейната програма. Всеки служител се запознава с тях и ги споделя. Програмата става ръководство за действие, определя се рамка и се приемат критерии, на основата на които се оценява работата на тази организация. Какво би се случило, ако такава програма се направи за отделната личност? Дали е възможно всеки да си запише своята „основна цел“ и да си я повтаря ежедневно, през целия си живот? Отговорът е – възможно е.

Смисълът на подобна стратегия се състои в това, че животът се поставя в определен контекст и това само по себе си е условие „да се превърнеш в смислена единица, а не в блуждаещо болшинство“ (8, 265). Когато нашият живот е подчинен на определени идеали, цели и ценности, ние повече се замисляме над ежедневните си постъпки и действия.

В основата на това ежедневие е работата, усилията и действията за израстване в кариерата. Необходимо е всеки да си представи бъдещето и писмено да формулира основната си цел в живота, своето призвание. Определянето на главната цел предопределя живота на човека и влияе на неговата кариера. Бихме могли да си зададем въпроса какво отличава хората, които са постигнали успех? Дали само владенето до съвършенство на изискванията на професията, длъжността, която заема? Не само това, те се отличават с последователност и постоянство. Те знаят своето призвание и живеят по призвание. Животът за тях се превръща в чудесно пътешествие за среща със желаната цел и следва пътна карта по-долу:



Фиг. 1. Пътна карта за развитие на кариерата

Пътят, който трябва да се извърви, за да се достигне успех в кариерата минава през следните стъпки:

- **Призвание** – отражение на вътрешното „Аз“ на човека, това е което задава общото направление на живота на човека;

- **Цели** - целепологането лежи в основата на успеха. Всеки е длъжен да се стреми към успех в работата, не може да се стои с отпуснати ръце, демонстрирайки безпомощност. Ако има ясна цел и желание за щастие и само реализация, всеки е длъжен да намери това, за което има призвание. С други думи, ако целите не отговарят на призиванието, те трябва да се променят.

- **Ценности** - това са емоционалното състояние, чувствата и вътрешните преживявания, към които се стремим и които изповядваме – доверие, почтеност, добронамереност, емпатия;

- **Навици** - според Ст. Кови, тези навици са седем (4, 77-78) и са валидни за всички професии:

- ✓ *проактивност* – това не е просто поемане на инициатива, проактивността означава, че всеки има инициативата и отговорността да действа така, че нещата да се осъществят;

- ✓ *в началото да се има предвид края* – всеки трябва да има ясно разбиране за своето предназначение – накъде отива, къде е сега и всяка следваща стъпка да бъде в правилната посока;

- ✓ *поставяне на най-важните неща на първо място* – практическа реализация на първите два навика, те са

така наречените “лични победи”, същността на изграждането на характера. Подпомага процеса на преминаване от зависимост към независимост;

- ✓ *мислене според принципа Печеля/Печелиш* – търсят се взаимни облаги във взаимоотношенията. Постигнатото споразумение и взетото решение е добро за всички заинтересовани страни;

- ✓ *стремеж първо да бъде разбран другият* – различията не са пречка за комуникацията и развитието, те се превръщат в път към единдействието. Целта е да се слуша емпатично (стремеж истински да бъде разбран другият);

- ✓ *единодействие (синергия)* – когато общуването е в единдействие, се отварят ума и сърцето за нови възможности, нови алтернативи. Комбинацията от трите елемента – откритост в отношенията, мислене Печеля/Печелиш, стремейте се първо място да се разбере другият – създава идеална среда за единдействие;

- ✓ *наточване на секирата* – означава редовно, мъдро и балансирано обновяване на четирите измерения на човешката природа – физическо, духовно, умствено и социално/емоционално. Това е най-важната инвестиция в живота, всеки инвестира сам за себе си, а за да бъде процеса ефективен много важно е да се отделя време за “наточване на секирата” в четирите измерения.

- **Емоционална интелигентност (ЕИ)** – означава „интелигентното

управление на емоциите". В нея се включват умения за самоконтрол, лична и социална компетентност, умения за мотивиране и делегиране на правомощия, преодоляване на конфликти, емпатия и надежда. В класическата литература проблемът е бил поставян като необходимост от „възпитание на чувствата“, „нужда от благородство“, или „богата сетивност“. *„Емоционалната интелигентност е способност, която може да повлияе и да оформи поведението на човека чрез самопознанието и ръководството на чувствата. Тя е ръководство за самоконтрол, лична и социална компетентност и отговорност, прибавя яснота към поведението и действията, източник на емпатия, доверие и надежда“*¹.

Емоционалната интелигентност има толкова много общо с това да знаеш кога и как да изразиш емоция колкото и с това, как да я контролираш. Например, съпричастието е особено важен аспект на емоционалната интелигентност и изследователите знаят, че то допринася за трудовия успех. Хора, които са най-добри в определяне на емоциите на другите имат по-голям успех в своята работа, както и в своя социален живот. Емоционалната интелигентност се основава на компетенциите, които позволяват да се използват интелигентно емоциите при управление и планиране на собственото развитие, за повишаване на икономическите резултати в работата. Изискването за притежаване на ЕИ ще намери широко приложение в бъдеще в много области на живота, но най-вече за успешно справяне в работата

• **Професионална компетентност (ПК)** - определя се като „*Осведоменост, опитност, знание; качество на компетентно лице; правоспособност*“ (5, 348). Притежанието на определена компетентност изисква демонстриране на конкретни

способности и умения според заеманата длъжност. Например, за мениджъра се предявяват изисквания за притежание на *способности и умения за водене на преговори, управление на продажбите, привличане на клиенти, провеждане на политика за преодоляване на конкуренцията, чувство за мисия и принадлежност към организацията, ръководене на екипи, мотивиране на персонала*. С намерение да се внесе по-голяма конкретност и пълнота можем да определим компетентността като *комбинация от знания, трудови умения и личностна мотивация*.

Професионално развитие във всяка една област се подпомага от обучителни програми, основани на разработените професионални стандарти, като след завършване на определените нива на обучение, се придобива съответната професионална квалификация. Стандартите за професионална компетентност трябва да определят какво да може, да знае и да обяснява един специалист в професионалната си област. Те биха могли да се използват по няколко начина:

- Като основа на програма за професионална квалификация;
- Като база за професионална оценка;
- Като комплекс от програми за придобиване на квалификация и сертификация в различни области: обучение и развитие; консултации; професионално израстване и подбор.

Един от пътищата за разработване на стандартите за придобиване на професионална компетентност в дадена област е свързването им с изискванията на заеманата длъжност според длъжностната характеристика – знания, способности, умения, мотивация, отговорности и задължения. Според мен обаче, професионалната компетентност е по-широко понятие и не се покрива само с изискванията на длъжностната характеристика, което предполага формулирането на професионалните

¹ Определението е Л. Борисова

компетентности да се обвърже и с фирмените бизнес цели - стратегии, иновации и планиране на кариерата.

5. Планиране на кариерата

Всеки, който се стреми да достигне високи нива в кариерата си, трябва с работата си да постигне фирмените цели, да покаже преданост към организацията. От него се очаква аналитично мислене, непрекъснато усъвършенстване и професионално израстване. Един от факторите, обезпечавачи непрекъснатото развитие и професионално израстване, се отнася до **планиране на кариерата** – *видът на упражняваната професия, придвижването в служебната йерархия, успехите в обществен, професионален и личен план.*

Дълго време кариерата се считаше като грижа на самия човек, а развитието ѝ се приемаше като осъществяване на професионално и социално развитие. Самият термин „кариера“ имаше негативен оттенък, а понятията „кариеризъм“ и „кариерист“ бяха отрицателни и се осъждаха от обществото. Професионалното развитие се възприемаше като изпълнение на дълга, често се казваше: „Мен ме извикаха, избраха ме, назначиха ме, поканиха ме“ – типични характеристики за професионалното развитие.

През последните години настъпи съществена трансформация в понятието „кариера“. Сега тя се разглежда като път на професионално-личностното развитие. Затова организацияте, ориентирани към ефективност на дейността си, започнаха да разглеждат въпросите за планиране и ръст в кариерата на персонала си, като важен резерв за развитие на човешките ресурси. Безспорно, работата по планиране на кариерата изисква време, организация и финансови средства, благодарение на което организацията получава много преимущества:

- Мотивирани и лоялни сътрудници, намаляване на текучеството на кадри;
- Възможността за планиране на професионалното развитие отчита и личните интереси;
- Планът за развитие на кариерата се явява важен източник за определяне на потребностите от професионално обучение;
- Наличие на подготвени, мотивирани, заинтересовани за професионалното си развитие сътрудници за придвижване на ключови позиции.

В пълна степен това важи за професионалното развитието на всеки, отдал се на работата си и постигнал високи нива на професионализъм. За да управляват успешно процесите в ръста на кариерата, са необходими личностни приоритети, които определят пътя на развитието. Тези приоритети (цели) Едгар Шейн¹ ги нарича „котви на кариерата“ и според него те са осем на брой:

1. Професионална компетентност. Хора с тази нагласа искат да станат професионалисти в своята област, според тях успехите са дело на професионализма им. Те се отнасят плахо към работа, в която не могат да вложат своя професионализъм и умения. Тези качества им дават възможност да ръководят екипи от професионалисти, но самите те не се стремят към управление като самостоятелна дейност. Добавяйки стойност чрез своята работа в духа на „добрата практика“ те притежават задълбочени знания в своята професионална област.

2. Мениджмънт. Хора, преследващи тази цел, се стремят към управление. За тях успехът в кариерата – това е преди всичко високата длъжност, позволяваща им ръководни

¹ Цит. по Сергеев, А. М. Организационное поведение. М., 2005, с. 245

функции, колкото се може върху повече хора.

3. Автономия. Главната цел е – да бъдат свободни от административни ограничения и правила, за да съхранят и поддържат своята независимост. Такива хора предпочитат работа на свободен график, и отхвърлят тези дейности, където има строг регламент и правила.

4. Стабилност. За тези хора главното в кариерата е стабилност и предсказуемост. Те не са любители на често сменяне на работата, предпочитат обезпечение с дълга и стабилна кариера, социални придобивки и гарантирана пенсия.

5. Служене. Основните приоритети на тази група, преследващи своите цели и идеали, е „помощ на хората“, „служба на човечеството“, „грижи за децата и животните“ и т.н. Те търсят работа в правозащитни организации, в сферата на образованието, здравеопазването, благотворителните организации. Такива хора могат да напуснат работата си в дадена организация, ако смятат, че дейността ѝ се разминава с техните ценности.

6. Действие. За хората от това направление са важни конкуренцията, преодоляването на препятствия и постигане на победа. Те разглеждат социалните ситуации като действие, с позиции „печеля – губя“. Къде точно ще работят, за тях това не е толкова важно.

7. Стил на живот. Хората с такава ориентация се стремят към хармония и желаят кариерата им да не пречи на семейния им живот, интереси и хоби. Те ценят живота си като цяло, а не конкретната работа или организация.

8. Предприемачество. Хората в това направление се стремят да направят нещо ново, те не обичат да работят за другите, за тях е важно да имат своя работа, свой бизнес. Те са готови на риск и могат да се справят с неприятностите и загубите.

Натискът на конкуренцията, появата на нови информационни технологии, нарасналите очаквания на клиентите и

редица други обстоятелства налагат непрекъснато да се работи за повишаване на професионалните умения и компетенции, гарантиращи израстване в кариерата. Модерната организация възлага големи надежди на обучението на своите служители. Ефективният подход към обучението предполага да се използват обучаващи (външни) за развиване на умения и формиране на отношения, полезни за организацията и нейните клиенти. Вложените в обучението средства се възвръщат не само във вид на по-добри резултати, но и на лоялност и мотивация, които в много случаи са решаващи не само за приноса на обучавания в работата, но и за избора му да остане в организацията, да формира и развива компетентност, която да гарантира успех в динамичната и непрекъснато променяща се среда за израстване в кариерата. В този смисъл, оценяването на компетентността не само ще гарантира обективна оценка за професионалните качества, но и ще ги стимулира за професионално развитие и самооценяване, ще им помага да осъзнаят и развият тези компетенции, които ги правят най-ефективни в работата им. Схемата за покриване на стандартите позволява да се избира широка профилност или по-тясна специализация.

Оценяването по професионалните стандарти ще дава възможност на работодателите за по-обективен подбор и гаранция за качествата на кандидатите при наемане на работа, за по-бързо и ефективно въвеждане на съвременните концепции, методики и инструменти в тази област. От своя страна професионалистите ще имат самочувствието да отстояват ролята си на надежден бизнес партньор в организацията, имащи реален принос към нейната дейност. Стандартите трябва да определят ключовите познания и компетенции, необходими за работа на професионално ниво, като осигуряват баланс между *знанията*,

ЛИТЕРАТУРА:

1. Дафт Р. Л. (2003) Менеджмент, Питер, Л.
2. Иванчевич Д. М., Глюк У. Д., (2002), Планиране и развитие на професионалната кариера, Управление на човешките ресурси, Христоматия, С.
3. Искрев Д., (1997), Отношението професионална кариера – личност: подходи и теоретични възгледи, Посоки, № 8
4. Кови, С. (1999), Седемте навика на високо ефективните хора, С.
5. Милев, Ал. и др. (1971), Речник на чуждите думи в българския език. Русе.
6. Речник на чуждите думи в българския език, (1978)
7. Сергеев, А. М. (2005), Организационно поведение. М.
8. Хаган, К. (2004), Ефективна комуникация,, М., Рипол Класик
9. Baruch Y., (2004) Managing Careers – Theory and Practice, Harlow, Prentice Hall
10. Career frontiers: New ifnception of working lives (2000) Oxford University Press;
11. Crites J. O. (1969), Vocational Psychology, N.Y., McGraw-Hill
12. Erikson E. H., (1963), Childhood and Society,N.Y., Norton & Company
13. Ginzberg E. and all (1951) Occupational choice: An approach to general theory. N.Y.: Columbia University press
14. Greemhaus, J. H. And Callanan, G. A. (1994) Career Management, Forth Worth: The Dryden Press
15. Greemhaus J. H.,Callanan, G. A. And Godshalk, V. M., (2000) Forth Worth: The Dryden Press
16. Hall D. T. and Hall E. S. (1976) The relationship between goals, performance, success,self-image, and involvement under different organization climates. Journal ofVocational Behavior
17. Hall D. T.(1976) Career in organization, Pacific Palisades, CA: Goodyear Glenview
18. Hall, D. T. (1988) When career plateau. Research Management
19. Hall D. T., (2002) Career In and Out of organization, Sage Publications
20. Holland J. L.(1973) Matching vocational choices: A theory of careers. Englewood, Calif: Prentice Hall
21. Holland J. L. (1985) Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environment. Englewood Cliffs, NJq Prentice Hall
22. Levinson D. J. (1986) A conception of adult development. American Psycholog
23. Osborn D. P. (1990), A Reexamination of the Organizational Choice Process. Journal of Vacational Bahavior 36
24. Oxford Dictionary of Current English, 1984
25. Schein, E. H.(1978) Career dynamics: Matching individual and organizational needs, Reading, MA: Addison-Wesley
26. Super D. E. (1957) The psychology of careers, N.Y.: Harper and Row
27. Super D. E. (1963) Towards Making Self-Concept Theory Operational. In Career Development: Self-27. Concept Theory, New York: College Entrance Examination Board
28. Tiedeman D. V. and O'Hara R. P. (1963) Career development: Choice and adjustment. N.Y.: College Entrance Examination Board.

гл. ас. д-р ВАЛЕНТИН ВАСИЛЕВ

ЮЗУ “НЕОФИТ РИЛСКИ”, БЛАГОЕВГРАД

СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ - РАЗРАБОТВАНЕ НА СТРАТЕГИЯ В СЕДЕМ СЪПКИ

HUMAN RESOURCES STRATEGIC MANAGEMENT – DEVELOPMENT OF A STRATEGY IN SEVEN STEPS

Chief Assistant Prof. Dr. VALENTIN VASILEV

SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: Strategic human resource management is a new component part of the contemporary organization. It increases manifold the efficiency and the efficacy (of the work) of the human capital in the organization. The opportunity for advancement on the career ladder within the organization, on the other hand, gives stability and flexibility of the management. The development of projects for the implementation of strategic human resource management is a symbol of organizational perfectness.

Key Words: Human Resource Management, Strategy, Human Capital; Organizational Perfectness

Съвременната организация от публичната сфера е на прицел от всички страни на обществено – политическия живот. „Мишената на съвремието” е заложник на редица съвременни тенденции – глобализация, липса на кадри, тежка и бюрократична нормативна рамка, бавен процес на вземане на решения и т.н.

В този „организационен и цивилизационен капан” човешкият фактор се явява все повече основната ценност на организациите. Макар и осъзнато като факт, все още малко организации от публичната сфера имат смелостта да претворяват идеите си за работа с хората в стратегически насочени документи, с визия за развитието на организацията напред във времето. Своевременно разработената стратегия и политика за управление на човешките ресурси внася стабилност в системата на човешките ресурси на организацията и възможност за тяхното развитие и мотивация за реализиране на дългосрочната стратегия и цели на организацията¹.

Определено съществуват добри практики в тази посока, като в представения материал е направен опит

да се обобщят както традиционните идеи за стратегическото управление, така и да се изведат нови елементи и моменти в тези процеси.

Началото

Да се разработи стратегия е едно, а успешно да се претвори в живота е свършено друго нещо. Трябва да се разбере, че стратегията, това в значителна степен е стратегическо мислене, убеждение в това, че такъв подход дава преимущества на организацията в дългосрочна перспектива, че стратегическото управление на човешките ресурси се превръща в една от основните промени в управлението, тясно свързана и с разгръщането на стратегическото планиране в организацията.²

Първо – разработката на стратегия изисква определено ниво на подготвеност от мениджъра по персонала. Тук от съществено значение е и тезата че „...душата на организацията също е от критично значение. Успехът на действията за създаването на нов смисъл и визия, посредством стратегията, ще зависи от части от начина, по който те се осъществяват. Емоционалният капитал се изгражда чрез даването на служителите на избор за тона, как да са третирани,

¹ Владимирова, К., Управление на човешките ресурси. Стратегии, стандарти, практики, УНСС, 2006, стр 80-81

² Виж цит. изт. 1 – стр. 77 и следващи

осигуряването им на право на глас и изслушване на потребностите им и чрез справедливо и достойно отношение към тях¹.

Второ - реализацията на HR-мениджъра трябва да бъде като лична мисия и обезателно да съчетава "не навреди" – за хората, работещи с него, и "създай и развивай" – за извършваната работа.

Мнението на много съвременни мениджъри по персонала, че в разработката на стратегия за управление на човешките ресурси най-актуален е въпроса: "Със стратегията на кого да угодя - на ръководството или на себе си?", а не "С какво да започна и как да го направя?"

Действително, трябва да се угажда. Макар и заради поддръжката от страна на ръководството при реализацията на всички мероприятия, свързани с управление на персонала.

Как да се угоди? И каква значи това? За това трябва да се замисли човек. Разбирането на потребностите на ръководителя за минимизация на издръжката при общуване е важно условие за успех на тандема "ръководител - HR". Трябва да се осъзнае и този факт, че съвременните ръководители се нуждаят от партньори, вътрешни консултанти по въпросите за управление на персонала, а не от кадровик.

За такъв специалист по стратегия на човешките ресурси са характерни неясни формулировки, които сложно след това се внедряват в живота, не общи заявления, а конкретни насоки и мероприятия, ценността на които е разбираема и очевидна ръководителя.

Алгоритъм и инструменти на действие при разработване на стратегии в съвременни условия

Преди да се замислим над разработването на стратегии, трябва да отговорим на няколко основни въпроси:

- Какви хора са необходими, за да се управлява ефективно организацията, в какво се заключава тяхната помощ в

реализацията на стратегията на управление на човешките ресурси?

- Какви са те в крайна сметка и съответстват ли на личностното и професионално очакване?

- Какви трябва да бъдат инициативите по управление на човешките ресурси, за да привличат, развиват и запазват необходимите хора?

Стратегическото управление и стратегията, както отбелязва проф. Семерджиев, са „...технологии за градивна работа на ръководителите за изпълнение на мисията на организацията и постигане на крайните стратегически цели в условия на ресурсни ограничения, априорна неопределеност и динамично променящи се вътрешна и външна среда“².

Важно е да се анализират следните параметри "на входа", помагачи да се определят условията, в които се разработва и реализира стратегията:

- Процесите и съществуващата култура: убеждаване на ръководството и неформалните лидери в нормите и стила на управление на организацията.

- Организация: структура управления, ролево разпределение на отговорностите и взаимодействието.

- Хората: настоящо ниво на компетентност и потенциал, желание и готовност за промени.

- Система управления на управление на човешките ресурси: като организирано търсене, наемане, обучение и възнаграждение на персонала, управление на изпълнението, задържане и уволнение, вътрешни комуникации и PR в компании.

Процесът на разработване на стратегии за човешките ресурси е по-малко подреден в сравнение с разработката на стратегии за дейността. В тази връзка е необходимо да се действа на база на стратегически анализ. Това означава да се изследва „играта на актьорите“ с лице към промените, които ръководството желае да

¹ Гратън, Л., Жизнена стратегия, Класика и стил, С., 2002, стр. 263-265

² Семерджиев, Ц, Стратегия. Среда, ресурси, способности, планиране. Класика и стил, С., 2006, стр. 67-69

постигне¹. В нея по-сложно се определя отчетлива последователност на етапите. Но могат да се определят основните стъпки, които следва да се предприемат при разработване на стратегията.

Стъпка 1. Получаване от ръководството на "пълна картина".

Въпросите, които се задават са:

- "какво очаквате от HR?" или "Каква е стратегията за развитие на общината, и каква роля в нейната реализация играе HR?". За съжаление не винаги могат да се получат исканите отговори.

Ако в организацията стратегията не е формална и ръководителят формулира своите очаквания от разработването на стратегията, тогава инициативата по нейното създаване е в ръцете на мениджъра по човешките ресурси. Във всички случаи, стратегията трябва да се фиксира².

Най-простият и действен инструмент при разработката на стратегията е структурираното интервю. Практически всички мениджъри по персонала владеят този инструмент, затова отрано се подготвят въпросите, да проанализират личностните особености на ръководителя и да го помолят за среща на която да се изяснят всички аспекти от бъдещата работа.

Въпросите трябва да са открити, за да може експерта по човешки ресурси да реши важни за разработването на стратегията задачи:

- Да се разбере общата стратегия на организацията или личното виждане на ръководителя към какво се стреми, а също особеностите, силните страни на организацията.

- Да се разберат кои са основните движещи сили в организацията. Как изглеждат те по оценка на ръководителя? Например, технология, хора, процеси, организация на структурата.

¹ Рибарска, Е., Управление на промените в публичния сектор, Юриспрес, С., 2004, стр. 100-102

² Интересен подход и идеи са представени от Л. Гратън в цитираната „Жизнена стратегия“.

Акцентът, който се поставя върху човешкия фактор като капитал е от огромно развитие на концепциите на голям брой организации след 2004 г.

- Каква е ролята на човешкия фактор в организацията? Какъв принцип следва ръководителя в работата с управленските структури и как виждат работата самите ръководители?

- Какви специални изисквания могат да се сформират към персонала, и каква оценка трябва да получат?

Освен това, за да се определят принципите на работа способни да обезпечат изискваните резултати, трябва да се имат в предвид личните ценности на ръководителя. Много ръководители разглеждат взаимодействието със своята служба по човешки ресурси като преместване на отговорността за резултатите от своята работи и проблеми в работата с персонала на техните плещи.

Стъпка 2. Определяне на основните направления.

Стратегията на човешките ресурси трябва да бъде разбираема и да има поддръжка от ръководството. Тя трябва да обединява и координира действията на хората в организацията и добавя нейните ценности. Необходимо да се формират и предложат основните направления на стратегията, които са важни по редица причини.

Първо – формулировката на основните направления – това все още не е ръководство за действие, а преценено разбиране на ситуацията и предложение на насока за движение в бъдещето.

Конкретният план на действие изисква активно привличане на ръководителите, което ще им помогне в по-нататък да решат немалко проблеми на етапа на реализация на стратегията.

Второ – стратегията на човешките ресурси се превръща в най-добра работна практика, но като част от реалността. Тя трябва да бъде реалистична, да се вписва в контекста на основната стратегия и да дава ясна и обоснована представа на инициативите, които се предполага, че ще се реализират в рамките на стратегията. Именно определянето и съгласуването на основните направления ще помогнат в решаването на тези задачи.

Трето – формулирането на стратегията е „крайъгълен камък“ както за привличането на нови служители, така и за

развитието и мотивацията на настоящите такива.

Стъпка 3. Провеждане на SWOT-анализ.

Преди всичко, трябва да се направи анализ на:

- силните и слаби страни на човешките ресурси в организацията на индивидуално, управленско и организационно ниво (знания, навици, мотивация, потенциал, лоялност, личностни характеристики и т.н.);

- какви възможности и заплахи има извън границите на организацията;

- какви фактори могат да оказват силно (положително и отрицателно) влияние върху работата на хората? Например, стила на управление, процеси, организационна култура, система възнаграждение, възможности за кариерен ръст и т.н.;

- какви съществени минуси има в настоящата система на управление на персонала от гледна точка на решаване на предстоящи задачи?

Особено внимание трябва да се отдели върху това, как е организирана работата на отдела по персонала¹. Възможно е и е необходимо да се извършат изменения в съществуващите процеси и процедури. Такъв анализ позволява да се допълнят определени направления на втория етап от гледна точка на разбирането за това, как именно следва движението във всяко от направленията, да се видят възможните проблеми, да се оценят рисковете и възможностите.

Стъпка 4. Определяне на най-важните, ключовите въпроси, свързани с хората.

Необходимо е още един път внимателно да се разучат резултатите, получени от първата стъпка, да се анализира информацията, получена "на изхода" от втората и третата. В резултат да се получат отговори на следващите въпроси:

- Помагат ли така определените направления да се реализира стратегията?

¹ Виж Вачкова, Е., Управление на човешките ресурси – българския и световен опит, С., 2007

- Съответстват ли направленията на очакванията и вижданията на ръководителя?

- Споделят ли ги линейните ръководители, ценни ли са за тях от гледна точка на реализация на стратегическите задачи?

На този етап е необходимо да се определи конкретно и обосновано, какво ще се фокусира в стратегии за управление на човешките ресурси, да се развият приоритетите и да се обмисли план на действие.

Например, да се фокусират на следните важни моменти:

- Проблеми в регулирането на трудовите отношения.

- Частични жалби на сътрудниците и неразрешени проблеми.

- Високо текучество на кадри.

- Жалби от клиенти.

- Хора, безразлични към успехите на организацията.

- Частични конфликти.

- Недоволни от системата на възнаграждение (тя е непонятна, непрозрачна).

- Липса на точно разпределение на отговорностите, дублиране на извършваните дейности.

- Качеството не е важно за сътрудниците.

- Негативни отзиви за функциите на организацията.

- Ръководителите в организации не усъвършенстват своите навици на управление, не се обучават.

- Отсъствие на процедури за въвеждане в длъжност и адаптационни процедури за нови сътрудници.

- Ниска управленска култура.

- Провали в изпълнението на дейността на ключови длъжности.

Стъпка 5. Разработване плана за действие.

Всички стратегически цели трябва да бъдат взаимосвързани по между си и да оказват влияние една на друга. Достигането на целите в рамките на стратегията на човешките ресурси служи за достигане целите на организации.

Зависимостта между целите съществува благодарение на причинно-следствената връзка, която може да се заложи в разработката на плана за по-нататъшни действия и решения¹. Когато се определят критичните въпроси, трябва да се разбират природата и причините за възникване и след това може да се премине към тяхното решение².

Например, в резултат на проведен SWOT- анализ са определени слабите страни на сътрудниците, които са обслужвали клиентите.

Критичните въпроси са: чести конфликти, жалби на клиенти, безразличие към своята работа.

Необходими са следните действия:

1. Изучаване очакванията на клиентите и добрите практики в обслужването.

2. Разработка на стандартите за обслужване на клиентите.

3. Тестване на стандартите на обслужване.

4. Оценка на персонала по метода 360 градуса (вътрешни - стандарти, външни - индекс на удовлетвореност на клиентите).

5. Приемане на решения за преход на работата на новите стандарти.

6. Разработка на план за развитие на система за стимулиране³.

В дадения пример основните причини, които е необходимо да бъдат отстранени за реализация на стратегията, са следните: сътрудниците не са знаели, как да изпълняват работата си (стандарти на обслужване), недостатъчност на знания и навици у персонала и ниско ниво на мотивация. Планът за действие, предложен от мениджъра по персонала, е насочен именно за решение на важните

¹ Lane, L.M. and Wolf, J.F., The Human Resource Crisis in the Public Sector, New York: Quorum Books, 1990

² Torrington, D., L. Hall, S. Taylor, Human Resource Management, Prentice Hall, 2004

³ Забележка – цитираните примери са част от изследване, проведено в общински администрации на 16 града в България през 2005 година сред 466 служители, като част от дисертационния труд на автора на статията. Виж повече в „Мотивация и мотивационен потенциал на служителите в общинската администрация“, дисертационен труд, октомври 2006, София, СВУБИТ

задачи в рамките на реализация на стратегията на организацията.

Стъпка 6. Разработка на критерии за оценка.

Това е сложен въпрос, на който няма еднозначен отговор. Действително, резултатите от работата на службите за управление на човешките ресурси е сложно да се измерят в количествени показатели. От друга страна, това не е сложна задача, ако има конкретни отговори на въпросите, получени от предишните стъпки при разработване на стратегията. Тоест, тази стъпка е „лакмус“ за ефективността на управлението на човешките ресурси във всичките му аспекти – от оценка на приноса на служителите в работния процес до цялостната визия за приноса на цялостните практики по управление на човешките ресурси⁴.

Стъпка 7. Разработване на система за мониторинг и обратна връзка

Много често пропуска в този аспект на подготовката на стратегията е причината за „пропускането“ на цялостната концепция при работата по стратегията. Междинните оценки, мониторинга на движението по целите и тяхното постигане, търсенето и даването на обратна връзка са все елементи с ключово значение за мениджмънта на човешките ресурси. В ситуация в каквато са организациите от публичната сфера и липсата на адекватна практика досега в това направление, особено важен момент е именно тази стъпка. Единствено и само от инициативността и иновативността на служителите разработващи стратегията зависи да се оформят и изведат подходящи практики за мониторинг и обратна връзка.

⁴ Виж Lane, L.M. and Wolf, J.F., The Human Resource Crisis in the Public Sector, New York: Quorum Books, 1990

ЛИТЕРАТУРА:

- **Вачкова, Е.**, Управление на човешките ресурси – българския и световен опит, С., 2007
- **Владимирова, К.**, Управление на човешките ресурси – стратегии, стандарти, практики, УНСС, С., 2007
- **Гибсън, Р.**, Преосмисляне на бъдещето, Екслибрис, 2003
- **Гратън, Л.**, Жизнена стратегия, Класика и стил, С., 2003
- **Демке, Кр.**, Държавният служител-начин на действие, НБУ., 2006
- **Дракър, П.**, Мениджмънт предизвикателствата на 21 век, Класика и стил, С., 2001
- **Рибарска, Е., В. Василев**, Управление на човешките ресурси в публичната сфера, БОН, Бл., 2007
- **Рибарска, Е.**, Управление на промените в публичната сфера, Юриспрес, С., 2004
- **Семерджиев, Ц.**, Стратегия. Среда, ресурси, способности, планиране, Класика и стил, С., 2006
- **Харвард Бизнес Прес**, Стратегия, Класика и стил, С., 2008
- **Харизанова, М., Бояджиев, Др., Миронова**, Управление на човешките ресурси – инвестиция в бъдещето, С., 2007
- **Шиплет, М.**, Съвременен УЧР, ИПАЕИ, С., 2005
- **Behn, R.**, Managing by Groping Along, Journal of Policy Analysis and Management, 2002
- **Bennis, W.**, Organizing Genius, The Secrets of Creative Collaboration, US, Addison-Wesley, 1996
- **Byham, C., A.Smith, M.Paese**, Grow Your Own Leaders, Prentise Hall, 2002
- **Lane, L.M. and Wolf, J.F.**, The Human Resource Crisis in the Public Sector, New York: Quorum Books, 1990
- **Torrington, D., L. Hall, S. Taylor**, Human Resource Management, Prentice Hall, 2004

МИЛИЦА ДЖОРДЖЕВИЧ
УНИВЕРСИТЕТА НА НИШ, СЪРБИЯ
МАЈА СТОЈАНОВИЧ
УНИВЕРСИТЕТА НА НИШ, СЪРБИЯ

ТЕОРИЈАТА НА ОГРАНИЧЕНИЯТА – НОВА УПРАВЛЕНСКА ФИЛОСОФИЈА

THEORY OF CONSTRAINTS – NEW MANAGEMENT PHILOSOPHY

MILICA DJORDJEVIC
UNIVERSITY OF NIS, SERBIA
MAJA STOJANOVIC
UNIVERSITY OF NIS, SERBIA

Abstract: Achieving high company performance is influenced by numerous limitation factors. Theory of Constraints, as a new management philosophy, recognizes necessity for advancing production process while focusing on those limitation factors.

This paper will introduce basic assumptions of Theory of Constraints followed by quantitative illustration of its implementation in management – more precisely in using and overcoming system limitations, as well as in order to decide on selling price of the product.

Key words: throughput, limitation factors, management.

Introduction:

Adequate management represents a basic assumption for the maintainant functioning of an enterprise. Following that thought, many philosophies of management have been developed. One of the theories among them that certainly attracts significant amount of attention is the Theory of Constraints-TOC. The implementation of this theory represent an enterprise's answer to the changed conditions for managing its affairs-it offers help to the managers in improving total enterprise profitability, giving them clearly defined objective. Many managers comprehend TOC's importance, although it completely changes functioning of an enterprise and can affect all managerial aspects: decision making, planning, every-day operations and evaluation of performances. Namely, every contemporary enterprise, in almost every moment, is exposed to the effect of numerous limiting factors, so the success is strongly affected by manager's abilities to identify and eliminate (or at least decrease) their influence. The TOC itself recognizes great importance of the system's

constrains. More accurately, this theory tends to improve production process, respecting numerous limiting factors, in order to maximize the throughput (a type of the contribution results, calculated as the difference between sales income and direct costs of material). Implementing basic assumptions of this theory, management of an enterprise is enabled to make adequate decisions that will ensure achievement of the most satisfactory results under the influence of limiting factors.

According to all the mentioned, basic premises of TOC will be presented in this paper, followed by an illustration of its implementation in managing limiting factors, more exactly how to overcome them and optimize use limited resources.

1. Basic assumptions of Theory of Constraints

Theory of Constraints was developed by Eliyahu Goldratt i Robert Fox in early 1980s. This theory looks at production process as a system, groups of interrelated and interdependent elements. Thereby, the slowest process influenced by limitation

factors, the bottleneck of the whole system, determines the performances of the whole production process. It can be concluded here that if system wouldn't have any limitation, not physical (capacity of the machine for production of the product parts, capacity of the vehicles, corridor width etc.), nor non-physical (demand on the market, political and managerial limitations, etc.) its performances would be „endless”.

Priory, Theory of Constraints (TOC) is focused on defining system's limitation factors and their impact. By it, Goldratt implies that „a system's constraint is nothing more than what we feel to be expressed by these words: anything that limits a system from achieving higher performance versus its goal...In our reality any system has very few constraints and at the same time any system in reality must have at least one constraint.”(Carbett, 2000.)

In the 1995, Holman has pointed out the most important assumptions of TOC that reflect in following facts (Huang, 1999.):

1. The goal is to make money now and in the future,

2. Throughput is defined as revenue minus the variable cost of materials and energy,

3. There is always at least one constraint on each product that limits the firm's revenue,

4. There are three types of resources: scarce bottleneck resources, non bottleneck resources and capacity constraint resources,

5. Most manufacturing operations have only a few capacity constraint resources, and thus it is easy to control them,

6. Dependent events exist that result in interactions between resources and products. Within every manufacturing environment, statistical fluctuations and random events occur,

7. The optimized production technology system is implicitly stable-at any given time bottlenecks are identified, and the order mix is stable with respect to given resources.

So, in order to increase production performances and earning rate of company,

managers should focus attention to remove limitations (bottle necks). It is also necessary to follow three critical indicators: throughput, inventory and operational costs (Yahya-Zadeh, 1999). Inventory is usually defined as the sum of material and other items purchased but not yet converted into throughput. Operating expenses are defined as overhead plus direct labor expenses.

2. Constraints management

The aim of constraints management is constant improvement and development of system, and improvement of company performance. TOC implies that this process brings constant improvement, as companies follow next five steps can continuously increase their throughput, and therefore profit (Weil, Maher, 2005).

1. Identify constrains of the system.

Bottle neck emerging as limitation factor of undisturbed processes of production and selling, is easily identified. Namely, accountants, production managers and engineers jointly work on identifying existing constraints, by developing network diagram of production flow and by analyses that describes each process activities in detail.

2. Make use of system constraints.

When demand is bigger than company's capacities, company is not able to answer to the all potential customers' demands, so accountants make effort to use resources in the most efficient way. More precisely, if company produces one type of product, it is necessary to find a way of maximizing production flow through constraints. On the other hand, if it produces more than one type of product, it is necessary to determine the most profitable combination of the products in the product range. In that situation, priority will be given to the production of the product with highest throughput per unit of limited resource.

3. Subordinate everything to the decision to make use of constrained system. If company wants to strengthen all interlinked production processes, then it must have in mind that there is no point in investing time in strengthening already

strong processes, while weak processes continue to exist. So, attempts for improvement should be focused on strengthening the weakest links.

4. Overcoming system constraints firstly mean increasing capacities of the bottle neck. Management can achieve this goal in various ways: maintaining operations on bottle neck all the time, decreasing the time for preparing the bottle neck, focusing to the possibility of reengineering bottle neck by eliminating unnecessary steps, increasing capacities of bottle neck by adding new machine, employing new workers etc.

5. If the constraint is removed, it is advised to go back to the step 1. While so, there is a possibility that company will discover new constraint that should be made use of, subordinate all other decisions to it and overcome it.

From all the mentioned, it follows that TOC aims at maximizing throughput by removing, or at least decreasing „bottle necks” that slow down production processes, and that are characteristic for

production of complex products. So, existing constraints demand that managers define possible action directions in order to eliminate or at least weaken its negative effects on throughput.

Quantitative illustration of implementing TOC for deciding on ways to make use of system constraints

Implementation of TOC for deciding how to make use of system constraints will be illustrated by an example of an Indonesian factory which, using simple production processes, makes messing gongs and bells. Namely, employees pour melted messing into modules, wait for it to cool down, and then polish it. Melted messing is gotten from arbors that are being melted in special stoves. With capacities of 10kg of melted messing per hour, this stove represents the constraint of production system. Relevant data referring to production and selling of gongs and bells are given in the following table (Weil, Maher, 2005).

Elements	Gongs	Bells
Selling price per product unit	10.000 eur	5.000 eur
Costs of direct material per product unit	6.000 eur	2.000 eur
Throughput (a)	4.000 eur	3.000 eur
Melted messing per product unit (b)	0,50 kg	0,25 kg
Throughput per a kilo of melted messing (a)/(b)	8.000 eur/kg din/kg	10.000 eur /kg

So, if demand overcomes the capacity, a question that can be asked is: which of these two products – gongs or bells – should have bigger priority in production? From the previous table, it can be seen that gongs make bigger throughput per the product unit, than the bells. On the other hand, gongs demand twice as much of melted messing (0.50kg) comparing to the amount of this material needed for bells (0.25kg). Company should make a decision about using limited supplies of melted messing in order to increase throughput.

Important fact is that fixed costs are irrelevant for deciding because company using its capacities will make the same amount of these costs for gongs and for bells.

If we start from assumption that factory has 1kg of melted messing it can be used for production of two gongs or four bells. Throughput made by selling two gongs is 8.000 eur (2gongs x 4.000eur/unit), and by selling four bells 12.000eur (4 bells x 3.000eur/unit). It follows that although bells make lower throughput per unit than gongs,

on the other hand, it makes more efficient spending of limited resources, and by that have priority in production.

So, if a limitation exists, the company will not be able to fully satisfy the demand. In order to decide on which activities should be continued, and which of them should be abandoned, managers must count throughput per unit of limited resources for each product, or activity. In absence of the most important factor (maintaining good relations with key consumers), company should abandon product or activity with the lowest throughput per unit of limited resource.

Quantitative illustration of implementing TOC for deciding on ways to overcome system constraints and increase throughput

It is already mentioned that TOC is based on comprehension of limited resources in order to improve business. Implementation of this management philosophy for deciding on ways to overcome system constraints and increase throughput will be illustrated by the following example.

If we assume that hypothetical company 'X' produces electrical heaters for household appliances. Production of heaters consists of two phases: filling and closing. During that (Antic, 2006):

- Available annual capacity for managing both phases (filling and closing) is 20.000 units,
- Real annual capacity for filling is 20.000 units and for closing 16.000 units,
- Selling price per product unit is 20 eur,

- Costs of direct material are 9 eur (TOC is not taking into consideration variable costs of other functions in value chain)

If we analyze these data, we can conclude that machine for closing heaters with real annual capacity of 16.000 units, represents „bottle neck” or system constraint. It shows, in the filling phase there are accumulated supplies because annual capacity of this phase is 4.000 units bigger than in the next phase. For these reasons, on the filling machine an amount of heaters that should be processed is the same amount that machine for closing can process - 16.000 units of the heaters.

In this situation, management is expected to, knowing basic assumptions of TOC, take appropriate actions in order to overcome problem of constraints. Namely, there are a few alternative ways of acting:

- Eliminate machine's period of inactivity. It is a period in which closing machine is not engaged in processing operations, when the products are not being process on it, nor its preparation for continuing work is being done. This period of inactivity can be eliminated by employing two additional workers who will move finished heaters just after closing a series and prepare machine for closing the next series. We will now start from the assumptions:

- That annual costs of employing additional workers are 16.000 eur, and
- That solving this problem in the described way, output of the closing machine is increased for 2000 units per year.

1. Selling income	2000 units x 20 eur = 40.000 eur
2. Direct material costs	2000 units x 9 eur = 18.000 eur
3. Throughput (1-2)	22.000 eur

By selling additionally 2000 units of product, throughput of 22.000 eur will be achieved. If throughput is compared to

costs for additional employment of 16.000 eur, we can conclude that this alternative of

overcoming system limitations is completely justified.

- There is another alternative for manager to take into consideration: using other company's services. Namely,

company can outsource closing a part of filled heathers. If we assume that company outsources closing of 1.000 filled heathers on the price of 8 eur per heather, achieved throughput would be 11.000 eur:

1. Selling income	1.000 units x 20 eur = 20.000 eur
2. Direct material costs	1.000 units x 9 eur = 9.000 eur
3. Throughput (1-2)	11.000 eur

Amount of throughput of 11.000 eur is bigger than costs of using services of closing heathers by another company in amount of 8.000 eur (1000 units x 8 eur). It follows that decision making about outsourcing is completely justified.

- To decrease preparation period of the machines and period of process for the operation that represents „the bottle neck”. This alternative implies that simplification of design or decreased number of parts of the

product must be done. The assumption now is that decrease of preparation period for the heather closing is:

- enabling closing additional 2.500 heathers, and
- causing additional costs of 16.000 eur for decreasing preparation

By selling additional 2.500 heathers, company will achieve throughput of 27.500 eur:

1. Selling income	2.500 units x 20 eur = 50.000 eur
2. Direct material costs	2.500 units x 9 eur = 22.500 eur
3. Throughput (1-2)	27.500 eur

Throughput achieved this way is bigger than costs caused by decreasing preparation period in amount of 11.500 eur. This fact verifies this alternative and makes it completely justified.

Based on this example, it can be easily concluded that every alternative for overcoming constraints that ensures throughput bigger than realization costs is acceptable.

Quantitative illustration of TOC implementation in order to decide about selling price of the product

Managerial decisions about selling prices of product significantly determine company's position on the market. In that sense, TOC offers appropriate information which, when implemented for deciding about pricing can be analyzed using the following example.

Hypothetical company „M” produces product A which has average selling price is 40 eur per product unit. Company has production capacity for 100.000 units annually. Direct material costs per product unit are 14 eur, and operational costs (all production costs except direct material costs) are defined as an amount 900.000 eur (Kreshaw, 2000).

Because of limited demand on existing market of 75.000 product units, company has unused production capacity of 25.000 units. According to basic assumptions of TOC, company wants to overcome limitation, entrancing new markets, while increasing throughput. With this amount of direct material costs, level of throughput will be influenced only by selling price of the product.

Analyze of demand of new market gives two alternatives to the company's management: by selling product on new

market on average price of 28 eur per unit company can expect the demand of 25.000 product units. If company defines selling price based on the level of existing price of 40 eur, the demand of 8.000 units can expected.

In the table no.1 relevant accounts for both alternatives are given: a) company sells 75.000 product units at existing market for 40 eur and 25.000 units on new market for 28 eur and b) company sells 75.000 product units on existing and 8.000 units on new market for 40 eur per unit.

Table no.1 *Throughput and profit for different alternatives*

Elements	Present state (selling 75.000 units for 40 eur)	Selling additional 25.000 units for 28 eur	Selling additional 8.000 units for 40 eur
1. Sales range	75.000 units	100.000 units	83.000 units
2. Sales income a) on the price of 40 eur b) on the price of 28 eur	3.000.000 eur 75.000 un. x 40 eur	3.700.000eur 75.000 un. x 40eur 25.000 un. x 28eur	3.320.000 eur 75.000 un. x 40 eur 8.000 un. x 40 eur
3. Direct material costs (14 eur per unit)	1.050.000 eur	1.400.000 eur	1.162.000 eur
4. Throughput (2-3)	1.950.000eur	2.300.000 eur	2.158.000 eur
5. Operational costs	900.000 eur	900.000 eur	900.000 eur
6. Profit	1.050.000 eur	1.400.000 eur	1.258.000 eur

Based on the data given in this table, it can be concluded that throughput level for the first alternative is bigger, and the management decision is to engage unused capacity for producing additional 25.000 product units that will be sold for 28 eur/unit.

However, at the same time it can be seen that TOC considers other operational costs as fixed and do not analyze them as relevant – it starts from the statement that

production of additional products will not lead to operational costs increase. But, if we start from assuming that company must increase quality of its products in order to respond to demand of the consumers from the new market it would additional costs for employees training in the amount of 450.000 eur will be necessary. Starting from this assumption, analyses must include additional costs, as illustrated in the table 2.

Table no. 2 *Throughput and profit for different alternatives respecting all other costs*

Elements	Present state (selling 75.000 units for 40 eur)	Selling additional 25.000 units for 28 eur
7. Sales range	75.000 units	100.000 units
8. Sales incomes c) On the price of 40 eur d) On the price of 28 eur	3.000.000 eur 75.000 un. x 40 eur	3.700.000 eur 75.000 un. x 40 eur 25.000 un. x 28 eur
9. Direct material costs (14 eur/unit)	1.050.000 eur	1.400.000 eur
10. Throughput (2-3)	1.950.000 eur	2.300.000 eur
11. Operational costs	900.000 eur	1.350.000 eur
12. Profit	1.050.000 eur	950.000 eur

So, it can be easily concluded that by accepting this alternative, throughput will be increased, but, at the same time, company's profit will be decreased.

As selling price includes only variable costs of material, and neglect all other costs, accounting relying on TOC can lead to choosing alternative which is not in accordance with long term strategy of the company – achieving leading market position.

For these reasons, company has to analyze other factors as well (not only influence on the level of achieved throughput) while decision making process.

Conclusion:

Today, company represents very complex business unit that consists from big number of parts, segments, activities and functions. Its survival and development are strongly influenced by success of managing its business that is under the maximize throughput.

influence of limiting factors in almost every moment. TOC is just one of numerous management philosophies developed for company to successfully respond to these factors. Starting from assuming that production process represents group of interrelated and interdependent elements, TOC consider different alternative ways of acting in order to overcome constantly present constraints or make use of them in order to eliminate or at least weaken its negative affect on throughput.

As costs of direct material are in focus of this theory, while production technology, product range, capacity are fixed elements, it is considered that TOC represents short term approach to profitability analyses. More precisely, this theory can be considered to be short term optimizing procedure for resources management and bottle neck removing in order to

References:

1. Antic, Lj., (2006), Upravljanje ogranicenjima u funkciji poboljsanja performansi preduzeca, Ekonomske teme, br. 3
2. Carbett, T., (2000), Throughput Accounting and Activity Based Costing: The Driving Factors Behind Each Methodology, Journal of Cost Management, No.1
3. Hilton, W., Ronald, Maher, W., Michael, Selto, H., Frank, (2003), Cost Management, McGraw-Hill Companies Inc., New York
4. Kershaw, R., (2000), The Theory of Constraints: Strategic Implications for Product Pricing Decisions, Journal of Cost Management, No. 1
5. Li-Hua Huang, (1999), The Integration of Activity-Based Costing and the Theory of Constraints, Journal of Cost Management, No.6
6. Souren, R.,Ahn. H., Schmitz, C., (2005), Optimal product mix decisions based on the Theory of Constraints? Exposing rarely emphasized premises of Throughput Accounting, International Journal of Production Research, Vol. 43, No. 2
7. Weil, L., R., Maher, W., M., (2005), Handbook of Cost Management, John Wiley & Sons, Inc, New York
8. Yahya-Zadeh, M., (1999), „Integrating Long-Run Strategic Decisions Into the Theory of Constraints”, Journal od Cost Management, No.1

Доц. д-р ГЕОРГИ ГЕОРГИЕВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

Докторант МАРИЯ ВАСИЛЕВА,

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

**НЯКОИ ПРОБЛЕМИ И ОСОБЕНОСТИ В РАЗВИТИЕТО НА ЕКОЛОГИЧНИЯ
ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ**

**SOME PROBLEMS AND CHARACTERISTICS CONCERNING ECOTOURISM
DEVELOPMENT IN BULGARIA**

Associate Prof. Dr. GEORGI GEORGIEV

SOUTH WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", Blagoevgrad

PhD Student MARIA VASILEVA

SOUTH WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", Blagoevgrad

Abstract: Bulgaria is one of the countries on the European continent, possessing rich biodiversity, including plant and animal species. Together with the existing network of protected and protection areas the biodiversity constitute a significant basis for ecotourism development. This paper ecotourism is treated as nature-based form of tourism. The emphasis is laid upon the fact that for the last several years the professionals working in this field interpret it as a tool for sustainable development. As a result the term "ecotourism" is used on the one hand as a definition, concerning the principle of sustainable development, while on the other hand it describes an individual tourism market segment. A comprehensive analysis is made investigating the evolution of the term ecotourism at global and local scale. Under observation are some of the existing problems concerning its development in Bulgaria.

Key words: ecotourism, sustainable development, biodiversity, protected areas, protection areas

Bulgaria is one of the countries on the European continent, possessing rich biodiversity, including plant and animal species. The character of the vegetation cover, its content, age, and level of anthropogenic impact represents an important prerequisite for tourism development. In morphobiological aspect the contemporary natural plants in Bulgaria constitute combination of tree, shrub-like, semi-shrubby and herbaceous biocoenosis (Velchev, 1997).¹

Tree forest biocoenosis are dominating, encompassing 3 348 000 ha which account for 86,5 % from the overall forest fund and

30,16 % of the territory of the country. Natural plants cover 2 295 000 ha, which is 59,3% of the forest fund. As a result from the mass forestation in the past forests of artificial origin are 1 032 100ha (26,7%).

Pinus mugo (tree or shrubby species) are subject to individual statistical reporting due to their conservation importance. They encompass 29 000 ha (0,5%) (Bozhinov, 1994)². According to the same author coniferous forests cover 1 070 000 ha, accounting for 33,33% of the timberland (without taking into consideration the species of *Pinus mugo*). The broad-leaved forest trees cover 710 500 ha (21,4%). There are a lot of low-productive and minor

¹ Velchev V.1997.Main characteristics and trends in the dissemination of contemporary vegetation In Geography of Bulgaria. Physical and Socio-economic geography Academic publishing house "Professor Marin Drinov", Sofia, p.264

² Bozhinov H.1994. Forest resources and their ecological functions At National strategy for biodiversity protection, Basic collection of papers Volume 2, Ministry of Environment and Water of Bulgaria, Sofia,p.264

plantations which have to be replaced by tree species of high productivity and quality wood. Their coverage is 608 100 ha (18,3%). Tiller plantations, that could become high-stem by the means of stored coppice cover an areas of 388 400 ha (11,9%). Low-stem plants, on the other hand, represented mainly by *Robinia pseudoacacia* occupy 3.5% of the timberland (without *Pinus mugo*), accounting for 117 000 ha.

The average age of forests is 42 years. The majority of plants belong to second age category (21-40 years) accounting for 31,9 % while the ones of first age category (up to 20 years) account for 30,6 %.

The largest share of forest tree biocoenosis is represented by *Fagus sylvatica*, *Quercus cerris*, *Quercus frainetto*, *Quercus dalechampii*, *Pinus silvestris*, *Picea abies*, *Abies alba*, *Pinus nigra* and etc. The evergreen sclerophyll species are limited, disseminated mainly along the rivers of Struma and Mesta.

Second most frequently met are herbaceous biocoenosis. The majority of them are represented by the species of *Dichanthium ischaemum*, *Cryspogon gryllus*, *Poa bulbosa*, *Nardus stricta* and etc. Typically met are also shrubby biocoenosis of *Paliurus spina-christi*, *Cotinus coggygia*, *Syringa vulgaris*, *Juniperus oxycedrus*, *Juniperus sibirika* and etc. Large areas are covered by the semi-shrubby species of *Satureja montana*, *Artemisia absinthum* and others.

Bulgarian higher plants are divided into 130 families and 872 genera comprising of approximately 3550 to 3750 species, 847 sub-species and 2000 varieties. Large number of them cover the areas up to the upper limit of vegetation zone (600 – 700 meters above the sea level), as well as the oak and yoke-elm subzone (from 700 to 1000 – 1300 m above the sea level) within the mesophyll deciduous forests. The most diverse vegetation is spread over the mountain region of Stara planina, followed by Rodophes, Ririn and Rila mountains, the karst regions in Kraishte, Osogovo mountain, Strandza mountain, along the

Struma valley, Thracian lowlands, Tundja hill region, the Black Sea coastline, Dobrudza and Danube valley. Up to 500m above the sea level in vertical direction are spread 2 246 species, from 500 to 1000m above sea-level – 2137 species; from 1000 up to 2 500m - 780 species and above 2500 m – only 144 permanent species. In terms of their biological groups plant species in the country are divided the following way:

- perennial species – 2 264;
- biennial species – 353;
- annual plants – 515.

The presence of a great number of perennials, the variety of ecological niches and phytoclimatic influence as well as the discrepancy in altitude represent prerequisites for the existence of diverse evolution mechanisms and natural selection. (Peev and others, 2004).

A distinctive characteristic of the Bulgarian biota, including contemporary natural vegetation represents their endemic and relict character.

Endemic plants comprise of **170 Bulgarian endemic species and 100 sub-species**, as well as **200 Balkan endemic species and sub-species**. Bulgarian endemits account for 4,9 % of the flora of the country, which in turn makes it a unique country within the European continent. If endemic sub-species are taken into consideration the above percentage increases significantly, reaching 8 %. According to Peev (2004) it would increase even more, if Balkan endemic species are added. Some of them have been formed within the territory of our country, in particular in the Rhodopes, Pirin and Slavianka mountain. During the quaternary period they have also been disseminated to other regions of the Balkan peninsula.

The spreading of Bulgarian endemic species and sub-species has been very irregular, related mainly with mountains. **Stara Planina mountain** is ranked first, reporting for over 90 Bulgarian endemic species and sub-species. Twenty of them represent local endemits. The next in the rank is **the Rhodopes mountains** where 80 species and sub-species are found and

16 of them are locals. **Pirin mountain** reports for over 70 species and subspecies, 30 of which are locals or **Pirin** endemics. 50 species and sub-species are found in **Rila mountain** and 10 of are not found anywhere else. **Vitosha mountain** reports for 25 species and subspecies; **Strandza** counts 12 species; **Sredna gora mountain** – 12 species; **Belasitza mountain** – 8 species; **Osogovo mountain** – 6 species and etc. Currently Bulgarian endemic species and sub-species living in the valleys and lowland as well as in the foothills are relatively few. They occupy limited regions of lush shrubby and herbaceous vegetation. Probably, the latter have been widespread in the past, but due to the human activities their areas have been decreased dramatically.

Another essential feature of the contemporary natural vegetation in Bulgaria represents the presence of a great number of plants and plant biocoenosis of ancient origin, or the so-called relict species (tertiary as well as glacial species). A lot of higher plants belong to relict elements. Special attention is paid to species of tertiary age, which represent the oldest ones within the territory of our country. Relict species and biocoenosis are very important for the determination of the origin and development of the natural vegetation as well as for the strategy of their conservation (Velchev, 1997).¹

A typical characteristic of Bulgarian vegetation represents the wide-spreading of secondary (derivative) plant biocoenosis of diverse kind. Their formation is influenced at a large degree by the negative anthropogenic impact. Proofs, supporting that statement can be given with the deforestation of large areas in the country, especially in the foothill and low-mountain regions together with the wide

spread of derivative herbaceous and shrubby biocoenosis. This trend is evident mainly for sub-alpine area of the highest mountains in Bulgaria. At the same time the content and structure of large number of plant biocoenosis is seriously deteriorated. This process is very often accompanied by penetration of natural biocoenosis of ruderal and anthropophyte plants.

Bulgarian flora diversity represents important source for tourism development especially in terms of some alternative forms of tourism, including ecotourism, hunting and fishing tourism.

Despite the fact that Bulgarian fauna has not been subject to elaborate investigation and exploration work, there have been found about 29 000 animal species. It is believed that their real number counts to 56 000 species. Vertebrate animals account for 2,5 % of the Bulgarian fauna, comprising of 736 species. (Hubenov, 1996).

The fish fauna comprises of 207 species and sub-species. They belong to *Craniata* class, divided into *Agnatha* and *Cyclostomata* classes. The latter occupy the Bulgarian side of Danube river and some other rivers together with *Gnathostomata*, which consists of two classes.

The first class – sharks and devil-fish is represented by four species along the Bulgarian Black sea. The second class Bone fish is represented by the remaining fishes, including those that are in process of acclimatization. Bulgarian ichthyofauna is divided into two categories – ichthyocomplex of inland water basins (freshwater ichthyocomplex) and ichthyocomplex of the Bulgarian Black sea. The first one is represented by 122 species, living in the fresh- and brakish waters – rivers, lakes, swamps and artificial water basins, including the Bulgarian side of Danube river. The list of Bulgarian Black sea ichthyofauna is relevantly accurate, represented by species inhabiting temporarily, seasonally or throughout the year the Bulgarian seacoast. Here could be found 126 species, belonging to 46 families. Some of them are single representatives,

¹ Velchev V. 1997 Main characteristics and spread trends of the natural vegetation At "Geography of Bulgaria Physical and social-economic geography Academic publishing house "Professor Marin Drinov", Sofia, p.266

which in turn poses the problem of their real presence in our aquatory.

The geographic location of Bulgaria and the diverse relief are the main reasons for the large variety of its herpetofauna. Together with Greece, Turkey, Macedonia, Albania, France, Italy and Spain it takes one of the first places in Europe. At the same time due to natural fear, collection interests and lack of ecological awareness some of the amphibians are subject to extermination, including by large number of tourists, visiting the country. Until now within the territory of Bulgaria and its water basins there have been found 52 amphybians and reptiles, 48 of them being permanent inhabitants whereas two species of poisonous snakes are considered as being extincted. Other two species – sea and green turtles have been noticed episodically quite a long time ago. It is considered that the number of Bulgarian taxa together with the sub-species of herpetofauna reach 70.

For its Mediterranean location in the Western Palearctic region and the Balkan peninsula, Bulgaria has very interesting ornithofauna. It could be said that it has one of the richest biodiversity on the European continent in terms if its ornithofauna. The reasons for that could be found in the fact that it encompasses territories of four different biogeographical regions. It could happen rarely, taking into consideration the relevantly small territory of the country. (Michev, Iankov, 1994).

It is necessary to point out that the territory of Bulgaria accounts for only 1,06% of the whole European continent. The number of the bird species, found within the country is over 404 or 78% of the overall number of species, living on the continent, whose absolute number is 514. Other 12 species are not included in the European list. (Kostadinova, 1997). According to the same author about 5,1 % of the overall number of the bird species living on the planet could be found on the European continent. At the same time their percentage in Bulgaria is 3,8%, which makes the country very

important for the bird protection in Europe and on the planet. Furthermore, we could not ignore the fact, that Bulgaria is one of the six countries in Europe, where could be found the largest numbers of bird species of European importance (210 out of 287 species for the whole continent). The analysis, conducted so far reveals that 142 species (36%) of the Bulgarian ornithofauna are species of deteriorated nature scientific status, or 21 world endangered species. Two of the basic European migratory routes pass through the country – Via Pontika and Via Aristotelis.

Thanks to its geographic location and extraordinary natural conditions Bulgaria has a very rich fauna of mammals. Until now 97 species have been found in the country, including 32 bat species, 42 small mammals and 23 large mammals. Some of them include three synanthropic species – two rat species together with the domestic mouse, two allopartic species of “wild” domestic mouse – including the steppe mouse. Some of the species were introduced or self-spread over the country – such as *Ondatra zibethicus*, *Ovis aries ssp*, *Dama dama*, *Nyctereutes*, *Bison bonasus*.

The most valuable species of the Bulgarian biodiversity are subject to managed protection established through the network of protected areas and special protection areas under NATURA 2000. The protected areas in Bulgaria are proclaimed under the Law on protected areas (1998). They represent the most important sites in our country with a view to their biogeographical value.

In Bulgaria are proclaimed 3 National Parks with total area of 193 047,9 ha, including 42 270,7 ha reserve areas; 55 Reserves comprising of 77 124,05 ha; 11 Nature Parks encompassing 275 447,8 ha, 35 Managed reserves with area of 4 571,9 ha; 449 Protected localities comprising of 72 884,05 ha and 349 Natural landmarks which area is 18 175,41 ha. In total the protected areas in

Bulgaria encompass 641 251 ha, accounting for 0,57 % of the territory of the country.

NATURA 2000 represents an ecological network of protection areas. It represents an instrument of the European Community aimed at conservation of the habitats and animal species of Community importance. The elaboration of this ecological network is an obligation for each member-state of the European Union implemented in accordance with the **Bird Directive** and **Habitat Directive**.

The contribution of NATURA 2000 for the overall process of biodiversity conservation comprises the efforts of the latter to prevent the degradation, fragmentation and destruction of natural and semi-natural habitats, as well as habitats of rare and endangered animal species. The ecological network ensures a free geographical dissemination of species, genetic interchange and migration. Through NATURA 2000, the European Union participates in the establishment of EMERALD network, in conformity with the Bern convention, which encompasses the overall territory of Europe and some countries in Northern Africa.

The Bird directive was adopted on 02.04.1979 and came into force in 1981. It is intended to preserve the populations of the wild birds within the territory of the European Union together with the variety of habitats suitable for their conservation. For that reason special protection areas are established and the habitats within or outside their territory are managed. The other measures include creation of new biotopes and revival of violated ones. The rare, vulnerable and endangered species (the ones enlisted in Appendix 1 of this directive) and all migratory birds are subject to special natural scientific activities in terms of their habitats. This in turn requires the establishment of Special Protection Areas and undertaking measures, with the aim to prevent habitat pollution and deterioration.

Measures aimed at preservation of the nesting bets, wintering sites and migratory routes are needed for the protection of the migratory birds. Special attention has to be paid at the wetlands of international importance (**the Ramsar sites**). Similar actions are intended also for the migratory birds, which are not enlisted in Appendix 1. Special Protection Areas have to be established for the periods of their nesting and migration.

Directive 92/43 of the European Union for the Conservation of natural habitats and of wild flora and fauna was adopted on 25.05.1992. The member-states have the obligation to implement all necessary activities with the aim to transpose the directive requisites in their national legislations.. The main purpose of this international initiative is to assist for the conservation of the biodiversity recognizing the local economic, cultural and regional characteristics. It is considered that this directive contributes to the implementation of the concept for sustainable development.

The essence of the directive represents its part, concerning conservation of natural habitats of species. There are six supplementary appendices to the directive. The first one contains information on all natural habitats of Community interest, whose conservation requires an establishment of Special Conservation Areas.

Appendix 2 and Appendix 4 include lists of plant and animal species, whose protection requires creation of territories under special regime of protection.

Appendix 3 includes the selection criteria of these areas, which meet the requirements for special regime of protection. They are united in two sections – of national and of Community importance.

Appendix 6 contains information on the methods and tools for wild bird hunting and killing as well as the prohibited means of transportation.

Subject of protection in the scope of both directives are over 140 natural habitats and over 600 plant and animal species important for the Community. The member-

states, as well as the acceding countries have the obligation to determine the locations of their natural habitats together with the species subject to protection.

Bulgaria has adopted 114 zones for the protection of wild birds, covering 20.3 % of the country as well as 228 zones for the protection of natural habitats, which account for 29.5 % of the country. Their proclamation as protection zones is done with a decision of the Council of ministers. The total number of the protection zones under NATURA 2000 in the country up to date is 332, covering an area of 33.89% of its territory. Ten of all zones have common boundaries.

It must be taken into consideration that there is a big discrepancy between the existing protected areas in the country (1998) and the protection zones, designated under the Law on the protection of biodiversity (2002).

Despite the directive regulation on the establishment of the European ecological network NATURA 2000, designation of such zones (protection zones according to the national legislation of Bulgaria) in member-states is to be done on the basis of relevant scientific data as well as the information, included in Appendix 3 of the directive. (article 7 of the Law on the protection of biodiversity). The purpose of the network NATURA 2000 is not to create strict natural reserves, where any forms of human activities are prohibited. The emphasis is laid upon the ecological, economic and socially sustainable future management of these territories which complies with the conservation purposes of the protection zones. In lots of cases the existence or revival of traditional activities and ones, having positive influence is of essential importance for the preservation of the biodiversity, especially in agricultural regions and forestry enterprises.

It is obvious that the Bulgarian biodiversity together with the existing network of protected and protection

areas constitute a solid basis for ecotourism development.

Ecotourism is considered as nature - based tourism. For the last several years the professionals working in this field reckon it as a tool for sustainable development. As a result the term "ecotourism" is used on the one hand as a definition related to the principles of sustainable development, while on the other hand it describes a market segment.

Ceballos-Lasscurian (1988) is the first author, who has tried to define the term ecotourism. According to him it constitutes a tourism form "that involves traveling to relatively undisturbed or uncontaminated areas with the specific objective of studying, admiring, and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural manifestations (both past and present) found in these areas." (Ceballos-Lasscurian, 1996)¹.

Since that time the term ecotourism has been subject to lots of scientific debates related to its meaning, extent and use. Despite the existing disagreements among authors there is a consensus about the basic structural elements of this tourism form, which include:

- Ecotourism is nature-oriented;
- It is educational;
- It is implemented within the scope of sustainable development;

The International Ecotourism Society has given the following definition several years later – ecotourism is "responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people" (TIES, 1990).

Ecotourism combines the care of nature, local communities and integrates the concept for sustainable development. It means that this tourism form requires the following principles to be fulfilled:

- To minimize the negative impact upon nature;

¹ Ceballos-Lasscurian H., Tourism, Ekotourism and Protected Areas, IUCN, Gland, Sitzerland, 1996.p.20.

- To create eco-friendly awareness of people;
- To ensure positive experience for visitors and the host community alike;
- To generate revenues and increase employment rates for the local community;
- To create an attitude toward political, ecological and social climate at the host country;

Ecotourism is “a form of tourism inspired primarily by the natural history of an area, including its indigenous cultures. The ecotourist visits relatively undeveloped areas in the spirit of appreciation, participation and sensitivity. The ecotourist practices a non-consumptive use of wildlife and natural resources and contributes to the visited area through labour or financial means aimed at directly benefiting the conservation of the site and the economic well-being of the local residents. The visit should strengthen the ecotourist’s appreciation and dedication to conservation issues in general, and to the specific needs of the locals. **Ecotourism also implies a managed approach by the host country or region which commits itself to establishing and maintaining the sites with the participation of local residents, marketing them appropriately, enforcing regulations, and using the proceeds of the enterprise to fund the area’s land management as well as community development.** (Ziffer, 1989, cited by Fennell, 2003)¹.

Wallace and Pierce (1996, cited by Fennell, 2003)² consider that „ecotourism is travel to relatively undisturbed natural areas for study, enjoyment, or volunteer assistance. It is travel that concerns itself with the flora, fauna, geology, and ecosystems of an area, as well as the people (caretakers) who live nearby, their needs, their culture, and their relationship to the land. It views natural areas both as “home to all of us” in a global

sense (“eco” meaning home) but “home to nearby residents” specifically. It is envisioned as a tool for both conservation and sustainable development – especially in areas where local people are asked to forgo the consumptive use of resources for others.”

Goodwin (1996) defines it as “low impact nature tourism which contributes to the maintenance of species and habitats either directly through a contribution to conservation and/or indirectly by providing revenue to the local community sufficient for local people to value, and therefore protect, their wildlife heritage area as a source of income.”

The International Union for the Conservation of Nature (IUCN, 1996) also has tried to describe this tourism form. It defines ecotourism as “environmentally responsible travel and visitation to relatively undisturbed natural areas, in order to enjoy and appreciate nature (and any accompanying cultural features – both past and present) that promotes conservation, has low negative visitor impact, and provides for beneficially active socio-economic involvement of local populations.”

At the First National Forum “Ecotourism, Mountains and Protected areas – Partners in Prosperity” the Ministry of Environment and Waters and the Ministry of Economics, the Ministry of Agriculture and Forestry signed a summit report, which defines ecotourism the following way “The ministries accept the common understanding that ecotourism is travel to relatively undisturbed natural areas with the aim for visitors to see and enjoy the nature and all accompanying cultural landmarks. At the same time it enhances nature conservation and allows minimum level of human impact. They consider that ecotourism is an opportunity for development of all business-related services, implemented preliminary in local entrepreneurial initiatives, ensuring social and economic

¹ Fennell D., Ecotourism an introduction. Education 2. Oxon, UK,, 2003, p.23

² Fennell D., Ecotourism an introduction. Education 2. Oxon, UK,, 2003 p.23

activity of the local community and equal distribution of responsibilities and benefits. Ecotourism consists of important elements for the natural scientific education, interpretation of the natural and cultural heritage and moreover it complies with all forms of sustainable tourism.”

The accurate organization of ecotourism in terms of the principles, management directives and certification based on the sustainability standards set a special place within the tourism framework. It represents an integral part of a fast-developing market niche of the tourism industry. This means that there is a tendency toward dynamic growth of the prospective market of ecotourism products. Moreover, there exists an opportunity for Bulgaria to become a regional and European leader in this developing market as well as in rural tourism market niche (National strategy for ecotourism, 2004)¹.

Some attempts with the aim to define the term ecotourism have been done by the Directorate of Rila National Park, the Bulgarian Association for Alternative Tourism, The Bulgarian Association for Rural and Ecotourism, as well as a number of other authors.

The World Tourism Organization determines the activities in the scope of ecotourism in two levels:

I Nature based tourism. It is used in order to reveal “tourism forms, where the basic tourist motivation is the observation and aesthetic perceiving of nature”.

II Ecotourism is a term, used to describe a tourism form with the following characteristics:

1. All nature-based tourism forms, where the basic tourist motivation is the observation and aesthetic perceiving of nature, together with traditional cultural and natural territories.

2. It has an educational and interpretative character (concerning concrete perceiving and understanding).

3. It is usually organized (but not always) by specialized touroperators for small groups. The establishments, supplying services on site are usually small in scale.

4. It minimizes the negative impact upon the nature and socio-cultural environment;

5. It supports the maintenance of the natural areas, used as attractive ecotourism sites, through the means of:

- economic benefits for the accepting communities, specialized organizations and the authorities, managing the natural areas for the purposes of nature conservation;

- alternative employment and income-generating opportunities for the local communities; awareness for the conservation of the natural and cultural values among the local populations and tourists alike (Veretzi, 2002)².

According to Veretzi (2002) the preliminary investigation of the World Tourism Organization reveals that the use of the term “ecotourism” is still limited. Most tour operators avoid using the word “ecotourism” in their advertising brochures and specialized literature. Instead other terms are preferred such as sustainable, responsible, ethic tourism, although they do not have the same meaning and do not cover the same aspects. Travel, emphasizing on the sustainability and responsibility concerns the overall tourist industry, while ecotourism covers mainly excursions to natural areas possessing strong cultural characteristics.

Despite that fact, they do not use the term “ecotourism”. A number of tour operators include some of their elements and adopt them within their policy

¹ National strategy and Action plan for Ecotourism development in Bulgaria., Sofia, Ministry of Environment and Waters, 2004, p.8

² Veretzi G, Resume of a research programme under the World Tourism Organization, investigating the ecotourism emitive market. First National Ecotourism Forum and Fair “Ecotourism, mountains and protected areas – Partners in Prosperity”, Sofia, Bulgaria, 2-5 October 2002., 2002 p.2-3

frameworks. Furthermore, their commitment differs throughout the world. Their activities vary from distribution of behavioral regulations to ecotourism manuals for travelers, grants, support for nature conservation and support intended for the local communities, joint programmes and partnerships (Veretzi, 2002).

It is obvious that ecotourism is one of the most preferable forms of alternative tourism. The latter is recognized as a reliable management tool for development in the world practice, which could be applied to national and local scale. It follows the recommendations, adopted during the International year of Ecotourism as well as the Quebec declaration 2000, the latter representing the main document of the high level world forum in the field of ecotourism.

This framework consists of four basic components:

- ecotourism and national policy planning;
- legislation and regulations;
- product development, marketing and advertising;
- monitoring costs and benefits of ecotourism

The assessment of the role and importance of this tourism form shows that it should hold a strong position in the Bulgarian national policy and planning in the future. The main strategic directions include environment, regional and local authorities, culture and agriculture. Furthermore this tourism form needs coordination and collaboration between the state institutions at national level and regional and local authorities. The implementation of strategic collaboration and partnership is of key importance that ensures integrative activities in the field of ecotourism, cultural tourism and other specialized tourism forms. They are all aimed at achieving synergetic tourist effects within the territories possessing cultural and nature heritage (**National programme and action plan for ecotourism development in Bulgaria 2009 – 2013**).

The same document points out that local authority involvement is of key

importance for the successful implementation of this tourism form. Except for that measures should be undertaken with the aim to strengthen its role as an income generator, influencing investments, taxation, infrastructure planning and development. The national investment policy also plays an important role as well as the financial support for the local authorities and rural residents.

Attention should be paid to the engagement of the urban sector in the overall management of ecotourism and the creation of favourable conditions for its development.

In order to ensure its further development there is a need of undertaking legislative measures, which in turn will lead to introduction and application of common standards for the establishment of specialized infrastructure necessary for the needs of ecotourism, common monitoring system of tourist flows and statistical accounting of tourists, who visit the regions for ecotourism purposes. Other measures include introduction and application of capacity rates of exploitation, permitted interference rate on the resources and the areas designated for ecotourism development, partnership among stakeholders, cultural and other specialized tourism forms. Ecotourism should supplement other tourist activities implemented within rural areas. It has to be an integral part of the responsibilities of the local authorities.

The most important tools for the successful implementation of ecotourism in Bulgaria represent the product development, marketing and advertising. These activities have to be implemented simultaneously by all stakeholders using the newest methods, including multimedia systems and Internet for dissemination of information and popularization of the Bulgarian natural and cultural heritage.

The basic approach ensuring the quality of tourist products and their marketing represents the process of certification. Certification systems, their standards and the scale of their application have to be

based on recognized European and international models, some of which could be applied to the Bulgarian reality (National programme and action plan for ecotourism development in Bulgaria 2009 – 2013). An emphasis is also laid upon the collaboration between the public and private sectors, supplementing the ecotourism strategy and policy. What is more, efforts should also be made with the aim to establish partnerships with public and private sectors, other mass tourism markets and entrepreneurs working for small market niches. This in turn requires coordination among the regional tourist markets and utilization of the resources within the framework of the local and national budget, in order for the country to consolidate its position and become a leading ecotourism destination on the global market.

Ecotourism development, on the other hand is related with different risks for the nature resources and especially for the biodiversity. Constraints for its further development represent megalomaniacal

ambitions of some tourism businesses aiming at establishment of new large-scale ski resorts in Pirin, Rila, Vitosha mountains as well as in Western and Central Rhodopes.

Unfortunately the deterioration of the natural resources, located along the Bulgarian Black sea coast has not stopped yet. Serious damages have been caused to a number of the protected and protection areas. This in turn has a negative impact on the opportunities for ecotourism development. For that reason there is a need of a permanent monitoring and assessment, providing information about the implementation of the target purposes, the level of impact on the natural, cultural and social settings, including the biodiversity conservation within and outside the territories of the protected and protection areas.

The vocational training of human resources in the field of alternative forms of tourism is also a question of key importance.

REFERENCES:

1. Beshkov V. 1994. Amphibia -Reptiles In the National strategy for biodiversity protection Volume 1, Ministry of Environment and Water of Bulgaria, pp.567 – 584
2. Bozhinov H. 1994. Forest resources and their ecological functions In the Gorski resursi i tehните ekologichni funkzii. In the National strategy for biodiversity protection Volume 2, Ministry of Environment and Water of Bulgaria, pp.9 – 41
3. Velchev V. 1997. Main characteristics and trends in the dissemination of contemporary vegetation In Geography of Bulgaria. Physical and Socio-economic geography Academic publishing house "Professor Marin Drinov", Sofia, p.266
4. Veretzi G, Resume of a research programme under the World Tourism Organization, investigating the ecotourism emitive market. First National Ecotourism Forum and Fair "Ecotourism, mountains and protected areas – Partners in Prosperity", Sofia, Bulgaria, 2-5 October 2002., 2002 p.2-3
5. Kostadinova I. 1997 OVM research and results in Bulgaria In Bulgarian sites of ornithological importance, BDZP, Nature scientific collection Book 1, Kostadinova I. (compiler), Sofia, p.31
6. Karapetkova M. 1997. Fish In Geography of Bulgaria. Physical and socio-economic geography. Academic publishing house "Prof. Marin Drinov" Sofia, p.324.
7. Popov V. 1997. Mammals. In Geography of Bulgaria. Physical and socio-economic geography. Academic publishing house "Prof. Marin Drinov" Sofia, pp.328-329.
8. National programme and action plan for ecotourism development in Bulgaria 2009 – 2013 (project) State Agency for Tourism, Sofia, pp.53 – 58
9. National strategy and action plan for ecotourism development in Bulgaria 2004, Ministry of Environment and Water, Sofia, p.8
10. Gabalos-Lasscurian H. 1996, Tourism, Ecotourism and Protected Areas, IUCN, Gland, Switzerland, p.20.
11. Fennell D. 2003, Ecotourism and introduction Education, Oxford, UK, p.23.

ст. ас. ГЕРГАНА АНГЕЛОВА
ЮЗУ "НЕОФИТ РИЛСКИ", БЛАГОЕВГРАД

**ВЛИЯНИЕТО НА ИКОНОМИЧЕСКАТА КРИЗА ВЪРХУ КОМУНИКАЦИОННАТА
СТРАТЕГИЯ НА ХОТЕЛИЕРСКИЯ БИЗНЕС**

**THE INFLUENCE OF THE ECONOMIC CRISIS UPON THE HOTEL BUSINESS
COMMUNICATION STRATEGY**

Senior Assist. Prof. GERGANA ANGELOVA
SOUTH-WEST UNIVERSITY OF NEOFIT RILSKI, BLAGOEVGRAD

Abstract: The level of hotel service in Bulgaria is not quite satisfactory. The service sector needs to enhance the quality of business communication. Offering a high-quality tourist product is the first and most important precondition for any business development and success. One of the exact indicators for the product quality is effective business communication. Hence a high level of customer service. No matter how modern the hotel facilities are, customers become disappointed with their hotel stay if they are not treated properly or given the demanded information.

Hotel communication development involves the creation of a uniform communication strategy which is to determine the framework of work discipline, ethics and professional competence. Hotel business communication strategy is even of greater importance under the conditions of global economic crisis.

Key words: economic crisis, state measures, hotel industry, business communication strategy, guest service efficiency

1. INTRODUCTION

The number of both domestic and international tourists in Bulgaria is expected to decrease because of the world economic crisis. Consequently, the hotel owners need to adapt their business strategy to the changing economic environment. They have to look for ways to entice tourists and guests to their properties and once the guests have arrived, they should be able to make their stay as pleasant as possible and offer their clients a good amount of value. There is every likelihood that hotels will attract holidaymakers when they have reached a good balance between quality and rates. It is very important to make your two cents worth, especially in a shakeout situation.

2. BULGARIAN TOURISM MARKET IN THE ECONOMIC CRISIS AND MEASURES TO BE TAKEN

Under the conditions of global economic recession the number of international tourists decreases. People choose to stay at home rather than go abroad. The global economic crisis did not spare Bulgarian tourism either. For the first time in years there is a marked decrease in the number of foreign visitors. But yet, there may be some international tourists who will choose to come to Bulgaria and not to any other country because according to a survey of the State Tourism Agency [3], a large number of respondents – international tourists say that they come to Bulgaria on holiday because the country is a safe destination. And when one goes on holiday, one of the first things they look for is safety.

Bulgaria, a country with rich historical and cultural heritage and attractive natural landscapes, used to be one of the most visited tourist destinations in Europe. Tourism, as an industry, used to be an important source of economic growth. In 2007 Bulgaria was visited by 5.2 million tourists, measured as outlined by the World

Tourism Organization. Tourists from the top 3 countries - Greece, Romania and Germany, account for 40% of all visitors. In 2008 Bulgaria was estimated to welcome 6 million visitors. After all – the country has historical cities and towns, summer beaches, and mountain ski resorts. New types of tourism, including cultural, architectural and historical tours, eco-tourism, and adventure tours, expanded the range of services available to visitors.

In the current situation of crisis, domestic tourism should compensate for the decrement of inbound tourism, i.e. instead of going abroad Bulgarians should stay in the country and holiday in the country's confines. Bulgarian tourists should be encouraged to spend their holidays in Bulgaria, being tempted by promotional packages and bonuses. Discounts of 10 to 30 per cent for Bulgarian holidaymakers and preferential offers for public employees are some of the measures to help boost the local tourist sector. Also - special attention is to be paid to the promotion of Bulgarian tourism.

However, the global crisis has already begun dictating new rules on the world tourism market. This became evident at the international tourism exchanges, in which Bulgaria is a traditional participant. European tour operators are cautious when negotiating contracts with their partners. One of the reasons for this is that at present the market is unpredictable and the companies try to avoid long-term commitments. These trends were noticed in Bulgaria as well, where there was a marked decline in the number of visitors at the end of 2008. The beginning of 2009 saw the diminishing number of foreign visitors in our resorts by some 15 – 18%. At the same time there is also a decline in the number of Bulgarians, who have travelled abroad in the first months of this year, which, to some extent, compensates for the lack of foreign visitors.

3. BUILDING AN ADEQUATE HOTEL BUSINESS COMMUNICATION STRATEGY

Hotel entrepreneurs could use their business communication strategy to keep in step with the economic changes and survive during the period of economic shakeout. Building a communication strategy entails converting the implicit business strategy into an explicit one and requiring commitment from all the employees [1]. The hotel business strategy should conform to the state anti-recession measures in tourism. Tourism associations have set common government aid demands that should help the sector survive the global economic downturn. Each unit of the hotel business strategy has to be influenced by these demands. One very important part of the business strategy to focus on is the client segments and the liaisons with them. Figure 1 presents the various units that a business strategy consists of.

Hotel business strategy is nothing but the way the hotel earns money and generates revenue. The business strategy involves eight units and its structure presented in the above figure can be divided into two halves – top and bottom.

The top part lay emphasis primarily on the internal structure, resources and activities:

➤ Hotel major activities

Under the conditions of economic downturn, hoteliers should offer budget accommodation, hearty catering and a wide range of services in rejuvenating recreation setting.

➤ Hotel major resources

Hotels should try to use the available resources to promote the service in their best way. Some investments should be made to renovate the facilities if necessary, so that clients receive a good amount of value for the money spent. What tourists look for is pristine beaches and preserved mountain resorts.

➤ Cost structure

Like all departments in Bulgaria, tourism has to reduce its expenditure. However, tourism organizations state that the

government should allocate about BGN 100 million for the tourism industry to provide operating cash for hoteliers and tour operators. The demands should come with a special control mechanism to ensure that state subsidies would lower the cost of tourist services.

➤ *Partner network*

Since the target client segments should be domestic tourists on one hand and international tourists primarily from Romania, Russia, the CIS and the Balkan countries on the other, the lead partners should be tour operators and agents from these particular countries. Co-operation and assistance should be offered to airline companies which organize cost-effective charter flights to Bulgaria.

The bottom part is chiefly focused on relationships with clients and distributors:

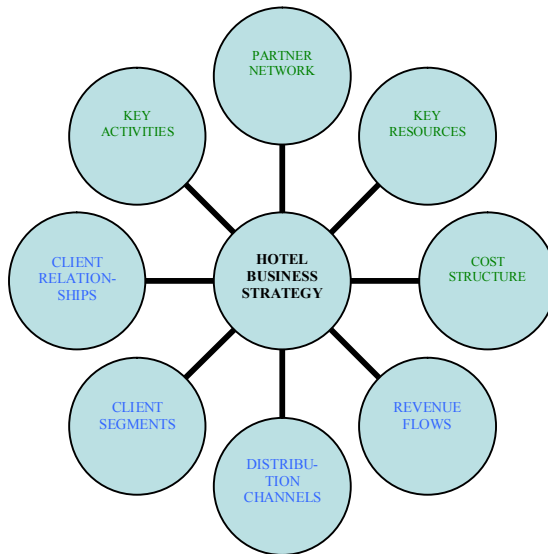
➤ *Client segments*

In the period of economic recession, the target client segments should include Bulgarian (domestic) tourists and foreign tourists mainly from Russia, the CIS, Romania and the Balkan countries. Bulgarian holiday packages are half-priced and of better service quality compared to those offered in Romania.

➤ *Client relationships*

Hotels should keep close contacts with their target and repeat clients. They can use the clients' history to send promotion packages through different distribution channels.

Fig. 1 Units of hotel business strategy (adapted from the business model of Alexander Osterwalder [2])



➤ *Distribution channels*

Hotels use different channels to distribute their services. They can offer on-line reservations, use their Internet site to promote reasonable prices, employ mail shots to reach a large number of potential domestic tourists, etc. In the meantime,

travel agents may be willing to lower their commissions charged for each reservation. The national tourism advertising campaign targets Russia, the CIS and the Balkan countries as well as the domestic market.

➤ *Revenue flows*

Guest can provide hotel properties with greater revenue flows if they are offered inexpensive accommodation including a low per cent of VAT and high standards of guest care. According to surveys, Bulgarian tourism sector has begun to lose its price advantage, which used to be one of the key factors in luring holidaymakers. Bulgaria shouldn't lose its competitive edge, i.e. its reputation for a low-cost destination. Now, it's time that it reduced the prices and welcomed a good number of visitors at the time of recession.

4. INFERENCES

The analysis of the current tourism and hotel business condition in Bulgaria has provided grounds for drawing the following inferences:

1. Using their business communication strategy and the focus it should have on the target client segments, hotel owners can outline a new tendency towards attracting more domestic tourists and providing customer satisfaction. On the other hand, we ourselves should help the local tourism overcome the crisis choosing to stay in Bulgaria and visit our holiday resorts.

2. The key to cope with the present economic recession lies in the reasonable price policy coupled with high quality and respectively, customer satisfaction.

3. There is a set of measures to be taken both by the state officials and the hotel business to overcome the crisis. As a result, crisis may happen to become a stimulus for hotels to offer, even higher, service efficiency.

REFERENCES:

1. www.internalcommshandbook.pbwiki.com // The Handbook of Internal Communications: Creating an Internal Communication Strategy, written by Marc Wright & Fiona Robertson
2. www.businessmodeldesign.com // What is a business model?, written by Alexander Osterwalder
3. www.tourism.government.bg

доц. д-р ГЕОРГИ ГЕОРГИЕВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ”, БЛАГОЕВГРАД

Докторант РУСКА БОЖКОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ”, БЛАГОЕВГРАД

НЯКОИ ОСОБЕНОСТИ И ПРОБЛЕМИ В РАЗВИТИЕТО НА СЕЛСКИЯТ ТУРИЗЪМ В РЕПУБЛИКА ГЪРЦИЯ

SOME FEATURES AND PROBLEMS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN GREECE

Associate Prof. Dr. GEORGI GEORGIEV

SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

PhD Student ROUSKA BOZKOVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: In pursuing specific options for resolving problems and unthreading conflicts, which accompany the development of modern tourism it is necessary to elaborate, perceive and implement in the touristic practice two modern concepts: for development of sustainable tourism and those for alternative tourism. The concept for the development of the alternative forms of tourism, complements the concept for the development of the sustainable tourism.

In this article it shows an historical overview of the beginning and development of rural tourism, both in global and regional scale. Evolution of the definition of this concept is traced as well as the modern understanding of the nature of rural tourism, showing some of major problems in its development.

A significant part of the article discusses the problems of the development and special features of rural tourism in Greece. Also, there were considered the local specific features of this form of alternative tourism. There have been some recommendations, particularly on cross-border cooperation in this field. Rural tourism is viewed as a meant for mobilizing the economy of small villages and municipalities, overcoming the problems of employment of local population, etc.

Keywords: sustainable tourism, alternative forms of tourism, rural tourism, agrotourism, farm tourism

The demand for special opportunities for problem-solving and conflict resolution, which accompany the development of modern tourism leads to the need for work up, perceive and implement of two modern concepts in the touristic practice: for development of sustainable tourism and of alternative forms of tourism. The concept for development of the above not only complements the sustainable tourism, but it also reveals some of the approaches for achieving the desired results (Rakadjiska, 2007)¹. According to

the same author, quoting Wackermann (1988), the alternative tourism is theoretically defined as "overturning of the dominant models in the development of tourism in three major levels, social, cultural and tourism ethics, economic realism and protection of the environment: there can not be alternative tourism without alternative forms of hospitality, service and staff qualification". Thus, alternative tourism is seen as a dynamic system that is not explained by its component parts, but by the presence of strong, obliging, in the same time working links between those parts, which take off the disadvantages of mass tourism, including the concentration of tourist flows, improvisation processes of

¹ *Rakadjiska Sv.2007*. Concepts for development of sustainable and alternative tourism. In „Introduction to Tourism”, Publication “Science and Economics”, University of Economics –Varna, Varna, p. 129-131.

tourism, mass "takeover" of large areas, spread of advertising and product stereotypes. Existing homogeneous and diverse forms of tourism products and the phenomenon of gigantism on their base can not satisfy the requirements of the tourist, whose choice of travel is based on the specific motivation. From alternative tourism products there are expecting original combinations of elements of natural and anthropogenic environment, which are able to ensure security, peace, obliging comfort and specific effects, including regulation of the tourist visits to a particular region. So, the alternative forms of tourism are in opposition to mass tourism. Very often these types of tourism are named with adjectives like **"delicate"**, **"soft"**, **"friendly"**, **"local"** as opposed to the definition **"hard"** for mass tourism (Rakadjiiska, 2007).

One of the most common forms of alternative tourism is rural tourism.

Rural tourism occurs as a result of agricultural activities promoting with tourism purpose and the integration of tourism products in rural environment. It is characterized by presence (active and passive) in the rural environment, contact with the hosts, access to farm, or stay in a farm. Suggests an active participation in everyday life of the household, including customs and festivals in the region, training in local crafts, folklore, traditions, etc. (Mileva, 2004)¹. **The specificity of rural tourism is determined by the place of delivering and the type of tourist product. In most cases the product of rural tourism is completed, or is part of a package with other specialized types of tourism - cultural, ecological, etc.** These features make the product of the rural tourism particularly attractive for tourists wishing to combine leisure in the countryside and nature with some activities in agricultural production. When defining the product of rural tourism the contrast is on urban tourism and urban lifestyle. Chief

user is an urban type of person (Mileva, 2004).

France has been for a long time leader in supply and demand of rural tourism, where even in 1951 had established the organization of housing in the villages during the holidays. Several years later the National Federation for the development of rural tourism was formed. Gradually, similar organizations were registered in other western European countries. A very important point in the association of efforts for development of rural tourism was the creation in 1990 of Pan-European Federation for the development of rural tourism, with a membership of nine countries - Belgium, France, Germany, Ireland, Spain, Italy, Luxembourg, Portugal and Hungary. In 1992 the Union for green rural provincial tourism in Central and Eastern Europe was created in Hungary.

Today, in the countries of Western and Central Europe rural environment plays an important role in the use of leisure and tourism. About one fifth of the all tourism trips in the European Union took place in agricultural areas. In the Netherlands it is 39%, Denmark - 35% Germany - 34%, Britain, France and Portugal - 29%, Spain and Ireland - 27%. Within the boundaries of united Europe 25% of all forms of holidays are associated with the practice of rural tourism, in France, Portugal and Britain this percentage is 30%.

Following the development of tourism over the past two - three decades, it is more than obvious that with their needs and behavior the modern tourists go beyond the traditional overcrowded sea and mountain holiday. Gradually making way for something new and different, allowing for real mental and physical relaxation. The need for direct contact with nature arises, in the absence of large and disturbing groups of tourists. Love is waking up to the peaceful and natural life in a rural environment, the ancient tradition of spending the holidays in the countryside continues in a tourism form. Thus, on the

¹ Mileva S.2004. Recreation through specialized tourism. Publication Avangard Prima, Sofia, p.64.

basis of this motivation, the rural tourism arises and develops (Marinov, 2002)¹. According to the same author, except the presence of tourist demand, an important role to its development plays the offer of opportunities to its practice. **The supply of rural tourism is formed and implemented different in each country, depending on the ownership of lands and forests, the organization of agriculture and forestry, tradition, and relations in the society of the village, the relationship between town and village, etc. The growing crisis in agricultural production has led to intense efforts of rural households and municipalities to diversify their work by offering rural tourism, which catalyze its development** (Marinov, 2002).

We must emphasize that because of the complex phenomenon of appearance motivation and its specific development in different countries it does not exist unambiguous definitions and terminology for this type of tourism. Very often, rural tourism is defined as **"provincial", "local", "agro", "recreative", "alternative"** or any other form of tourism different than mass tourism. In some cases it is confined to **"agrotourism"**, while in others it extends to **"green", "relaxing", "local", "open"**, etc. It is believed that a serious advantage of rural tourism is that it differs from the **"industrial" (mass) tourism** and is far from the overcrowded resorts.

At the same time in a number of publications it is argued that concepts such as **"provincial", "rural"** and **"agrotourism"** are conceptually similar and that it is generally provincial tourism, which includes the following two.

Agrotourism is often used as synonymous with rural tourism, but it has a narrow concept. It refers to a variety of activities that are directly associated with agricultural work – production of fruits, vegetables, livestock, etc., as well as with the

¹ Marinov St 2002. Rural tourism and destination Bulgaria. In „Specialized tourist products in Bulgaria“.Publication Slavena, Varna, p.95.

buildings required for the activity. Therefore it is practiced by farmers, for whom tourism is the second source of income after the main agricultural activity they perform (Popova, 1997)². **Unlike agrotourism, the rural tourism has a complex character as it includes not only agricultural activities, but also sport, cognitive, health, environmental and recreational activities.**

In recent years, especially in the British-American literature, there is a collective entry for the term **"farm tourism"**. This term emphasizes on one hand, the use of farm houses as a means of accommodation for tourists and the transformation of many of them into health clubs, on the other - the loss of direct connection of the owners with the agricultural activity. **Tourism for them became the main source of income. They specialize in providing accommodation and food to the tourists.** The popularity of this type of rural tourism in many European countries has led to emergeing into a large network of specialized tourist accommodation provided by the typical rural houses. **Despite the loss of direct connection with the agricultural sector, it plays an important role in the local economy and is considered as one of the most important forms of rural tourism** (Popova, 1997)³.

Other authors make efforts to attempt the kinds of tourism based on the components of the tourism product. They stage rural tourism as a tourism whose product is based on the rural culture. Depending on the basic activity terms such as **"agro", "green", "gastronomic", "hunting", "water-tourism", "horse-tourism", "historic", "cultural"** etc are used. Tourism activities related to major hotels, ski resorts, golf courses, etc are difficult to be integrated into the concept of rural tourism.

² Popova N.1997. Nature and characteristics of the organization of rural tourism. Yearbook of Sofia University „St.Kliment Ohridski“, Sofia p.361.

³ Popova N. 1997. p.361

Georgiev (1982)¹ nominates rural tourism as **"tourism in the village"** and defines it as **"tourism travel of urban residents, where the basic motive is to stay in the village very close to nature in order to avoid urban noise and polluted urban environment"**. Tourists are accommodated in the houses of local residents or in tents or caravans. Often they participate in agricultural work.

Gilbert (Gilbert, 1989)² attends rural tourism as a planned use of resources of the rural environment, leading to increased prosperity of the common environment of local residents and visitors-tourists.

European Community (1987) formulated the following definition of rural tourism: **"Rural tourism is a complex, broad-based activity. It is much more than agrotourism, although it comprises elements of agricultural activities. It is also related with different holiday activities depending on the people's interests and ecotourism, walking tours, climbing and biking, adventure, sport and health tourism, hunting and fishing, educational tours, heritage tourism, and in some cases, ethnic tourism"**.

According to **Medlik (Medlik, 1996)³**, quoted by Marinov (2002), **"alternative tourism", "responsible tourism", "appropriate tourism", "soft tourism", "ecotourism", "green tourism"** are synonyms. Concepts have a broader sense and refer to such forms of tourism that generate positive social, cultural and environmental impact on the tourist spot, and therefore they are perceived as an alternative to mass tourism. **The author looks at rural tourism as a form of alternative tourism. He determines that holiday tourism focuses on environments out of the city. Emphasis is placed on the fact that although, rural**

tourism is often identified with the farm tourism or agrotourism it is a broader concept, as it covers a number of other activities related to natural pathways (ecopaths), picnics, agricultural and folk museums is tangential along with agricultural production.

Marinov (2002)⁴ summing up the interpretation of the term rural tourism believes that first it must be stressed its bilateral nature. On the one hand, this type of tourism involves the stay of tourists in rural environment and their passively or actively interact with it through the exercise of various activities and consumption of various goods and services. On the other hand it is a combination of physical facilities, activities, processes and products, ensured by farmers and rural residents in order to attract and retain tourists in their area and to generate additional income for their business. Later, the author stresses that the essence of rural tourism is reflected in its specifics, and they are: complex motivational basis, short-distance trips, the dominance of the private car, shorts of extensive construction of infrastructure facilities and residence accommodation. These are relatively less dominant seasonally; concentration of demand and consumption in the week, especially in holiday tourism, lack of high concentrations of the same place, same time; tolerance to local culture and traditions; hosts are small farmers, lack of isolation between host and guests, which implies a high degree of personalised service, rural tourism, as opposed to mass holiday tourism is predominantly individual, uncoordinated, or partially organized.

A similar definition of rural tourism is given by **Alexieva and Stamov (2005)⁵**,

¹ Georgiev A.1982. Short glossary of economics and organization of tourism.VINS, Varna.

² Gilbert D. 1989.Rural tourism and Marketing(Tourism management).Vol.3

³ Medlik S. 1996. Dictionary of travel, tourism and hospitality, Sec.ed.Oxford ect

⁴ Marinov St.2002.Rural tourism and destination Bulgaria. In „Specialized tourist products in Bulgaria".Publication "Slavena", Varna, p.96-97.

⁵ Aleksieva I., St.Stamov.2005. Specialized types of tourism.Rural tourism.Part two.Publication "Kota", St.Zagora, p.10.

defined as tourism in rural regions, which satisfy the interests of tourists to the traditions, customs, culture, agricultural and other specific activities as well as natural, historical and cultural realities of the region, to relaxation and informal human relationships. Rural tourism is one of the chances for a person to be released from the problems of the big city and to join the nature and live in a smaller home and closer to the land to revert to their generic roots by participating in various events organized by hosts. The above authors consider that a feature of the tourism idea in rural tourism is the personal contact with visitors, creating the opportunity to feel the environment and spirituality and to participate in activities, traditions and lifestyles of local people. There is also a strong cultural and educational element in this form of tourism. Rural tourism is special to the local region, for which people locally are caring and are creating the holiday environments. This is a kind of tourism, where there is contact and sharing of expertise and experience. Result of local ownership and management, rural tourism is based on the local landscape and culture (Aleksieva, Stamov, 2005).

By this rural tourism should be seen as a means of preserving the land and the way of life. The development of this type of tourism can help to revitalize the low-developed regions by creating new places for employment and opening new opportunities for additional incomings. It is an incentive for building and improving the infrastructure. This has a multiplying effect on investment. This may be increased by improving the quality of service, by offering new products and services to meet the growing demand. At the same time we must point out that it is not always the answer to solve all economic and social problems in rural areas. Tourism must be balanced with development of other spheres of economic life, like a part of the model for integrated development, like the subject of service and like

providing of the service. It is necessary to underline that in the countries of the Western European area, rural tourism is possible and is offered by a large number of enterprises (companies), each specific to itself, but being in one of the following categories: hotel enterprises, accommodation in rooms of a farmhouse, renting separate apartments, camping, food supply, participation in agricultural activities. Characteristic of rural tourism is that in many cases it may be supplemented by some other types of specialized tourism, where more or less it expanded its tourism product with their components. This applies especially for hunting and cultural tourism, ecotourism, wine tourism, etc. Along with the positive moments in the development of this type of tourism there is a danger in its excessive development to the emergence of some negative effects. The great accumulation of tourists leads to depersonalization of the characteristics of the agricultural region. A strong commercialization may lead to deterioration of services, to their alignment and reducing the quality. Moreover, in rural tourism there are often contradictions between the need to preserve the originality and authenticity of the place visited and the search for comfort of the tourists.

At the same time when strategies for developing of this type of tourism are confected, there must be a profile of users of rural tourism. The researches which were made show that in such cases it is necessary to make a socio-demographic and psihografic characterization.

Depending on the motives of tourists, rural tourism can be: recreational, sport, cultural-cognitive, health and event (Marinov, 2002; Mileva, 2004)¹².

In practice, different types of rural tourism are not resist, and most often

¹ Marinov St. 2002. Rural tourism and destination Bulgaria. In „Specialized tourist products in Bulgaria“.Publication “Slavena”, Varna, p.101-107

² Mileva S.2004. Recreation through specialized tourism.Publication Avangard Prima, Sofia, p.64-65.

complete each other and blend into one another within a particular tourist trip.

Rural tourism can be implemented in various forms. According to the above author the predominant ones are:

- **According to the states territorial framework** - domestical and international;
- **by type of transport** - road, rail, water and air;
- **the place of residence** - in a farm, in a “green holiday station”, in a holiday natural park, surrounding rural tourism;
- **by means of residence** - tourism in provincial, aristocratic dwellings, tourism in hotels, tourism in rural houses, tourism in other types of accommodation, tourism in their own cottages;
- **by type of food** - tourism in sites with self-service facilities, at sites with tourism services;
- **according to length of stay** - take-off, short and long-lasting rural tourism;

- **by type of organization** - an non organized and organized rural tourism

- **by the number and types of participants** - individual, group and youth rural tourism;

The development of rural tourism in a certain country is impossible without the appropriate organization (aims, strategies, programs, entities, structures, functions) at national, regional, local and corporate level. This applies to both government and non-government sector.

Greece is Bulgaria's neighboring country. Starting from environmental, geographical, economic and social peculiarities of the country is more than evident that there are favorable conditions for development of alternative types of tourism, including rural tourism (Table 1).

TABLE 1: Stays of natives and foreigners in all types tourism accommodation (2008)¹

TYPE AND CATEGORY	2008			
	NATIVES	FOREIGNERS	TOTAL	%
HOTELS				
5*****	2 042 091	7 766 348	9 808 439	14,95%
4****	3 601 549	18 278 097	21 879 646	33,34%
3***	4 507 033	9 148 302	13 655 335	20,81%
2**	4 513 222	4 952 320	9 465 542	14,42%
1*	694 322	658 310	1 352 632	2,06%
TOTAL	15 358 217	40 803 377	56 161 594	85,58%
OTHER TYPES OF ACCOMMODATION				
APARTMENTS	1 085 825	6 172 056	7 257 881	11,06%
CAMPING	810 503	740 333	1 550 836	2,36%
TRADITIONAL HOUSES	396 069	258 183	654 252	1%
TOTAL	17 650 614	47 973 949	65 624 563	100%

¹ Statistical Data: General Secretariat of the National Statistical Service of Greece

According to the definition of the Greek National Tourism Organization (1983) and expressed by the Economic and Social Council of Greece opinion, rural tourism is defined as: **"Tourist activity that takes place in non-urban areas of the workforce, mainly in primary and secondary sector, especially in family or small cooperative tourist sites providing goods and services to improve farm income and the local economy from tourist accommodation (rooms, hostels, camping), and provision of tourist facilities with products locally manufactured from agricultural companies** (Venetsanopulu, 2002)¹. This definition is taken later and in the Bill **"Upgrading the quality, safety and expansion of the Greek tourist product"**.

All the concept for the development of rural tourism in Greece is based on interpersonal, human and immediate link between rural residents and tourists, as they help their guests to get acquainted with nature, with the way of cultivation of the land, with the main occupations in agriculture, animal husbandry, harvesting fruits and vegetables, protecting the environment, traditional cuisine, cultural elements and their daily lives.

Rural tourism in Greece is developing in rural areas including villages and small urban settlements developing mainly in agriculture, forestry, fisheries, etc. Very often the tourist activities are accompanied by other forms of alternative tourism (ecological, religious, etc).

As the first major initiative in the field of rural tourism in Greece could be considered the program of the Hellenic National Tourism Organization (GNOT) for conservation and utilization of resources in traditional villages (1975). In its initial version that encompass six villages: **Vatia** (Mani area, Peloponnese periphery); **Vizitsa** (Pilion area, Thessaly

periphery) **Mesta - Chios island** (North Aegean periphery), **Oia - Santorini Island** (South Aegean periphery); **Papigo** (Epir periphery) and **Fiskardo - Kefalonia Island** (Ionian Islands periphery). Later the program was expanded on: **Arnea** (Halkidiki area, Central Macedonia periphery); **Monemvasiya** (Peloponnese periphery) **Psara Island** (North Aegean periphery) **Kitnos Island** (South Aegean periphery).

The first serious steps in the development of rural tourism in Greece were taken in 1983 awarded by the Ministry of Agriculture subsidies for the construction of rural tourism sites.

This support has continued with **Regulation 797/85** of the European Union, as is further reinforced by the **second Delors package**² and particularly with **Regulation 2328/91**³.

² After the signing of the Maastricht Treaty in February (1992)*, the Commission of the European Community presented in the same month the Delors packages, which provide one medium planning within the newly established European Union. Actualizing the decisions of Maastricht must be guaranteed with increased budgetary provision. First, it was necessary to consider the objectives in terms of competitiveness, economic and social cohesion of Member States (cohesion) and the expansion of the international responsibility of the EU. In December 1992 the package was adopted by the European Council in Edinburgh. Among other things it contains a phased increase in the EU's own resources from 1,2 to 1.27 percent of gross product in 1999 and the foundation of a united cohesion fund.

*The Maastricht Treaty (formally the Treaty of the European Union) was signed on 07.02.1992 in the town of Maastricht between the 12 between member countries in the European Economic Community, after lengthy negotiations for the establishment of political, economic and monetary union. It entered into force on 01.11.1993 and lead to the creation of the European Union (EU). It is modified by the entering into Amsterdam Treaty on 01.05.1999. The contract regulates the activity of the European Institutions (European Parliament, Council of the European Union, European Commission, Court of Justice, Court of Auditors of the European Union, etc.) and defines the minimum competencies of the Union in the field of culture, health, consumers etc. It decided the creation of a common European Union with a common currency.

³ Regulation 2328/91 means Regulation 2328/91 (ECO) for improving of the efficiency of agricultural structures, as amended by Regulation (ECO) 870/93.

¹ Venetsanopoulou M. 2002. Regional policy and tourism. Publication Panteion University press, Athens, p.18.

With the support of the regional operative programs of the second Delors package there are met 286 investment programs for rural tourism with a value of 13.2 million euros.

In 1994 the Greek National Tourism Organization adopted a plan for the future development of rural tourism. The basic idea embedded in its development strategy is that it must be developed as an integrated regional product, which will ensure not only the accommodation, but also the communication between tourists and locals, taking part in their everyday lives, acquaintance with the kitchen, wine, traditional products, habits, history and environment in the region. It is stressed the need for quality standards and specifications for all these elements, which have to represent the rural tourism product.

It is worth to mention the initiatives of the General Secretariat for Equality, launched to promote rural tourism too. In 1983 the first female rural tourist associations were instructed with significant and multilateral action (village Petra - Lesbos island and Mastihohoriya - island of Chios, North Aegean periphery, Arahova - periphery of Central Greece, Agios Germanos - Prespes- periphery of Western Macedonia). Particularly instructive is the case of Petra village located 55 km north of the capital of the island of Lesbos - Mytilini. Here in 1983 by the initiative of the Council for Gender Equality in collaboration with the prefecture of Lesbos and the Greek National Tourism Organization is founded the first women's association. The Association offers accommodation in the homes of its members, has a restaurant in the center of the village, where every visitor can experience the authentic cuisine of the island, with its traditional recipes prepared by local women, and the fresh produce as well. They also organize trips around the island, visits to monasteries, Greek language lessons and traditional dance, ceramics, hand crafts, evening fishing, collection of vegetables and olives from the garden, reviving traditions and competitions

for the best pictures of the village. **Thus be achieved:**

- **Social empowerment of disadvantaged women in rural areas;**
- **Public recognition for strengthening the sense of creativity through teamwork;**
- **Economic independence for women through the improvement of family income;**
- **Exchange of experience and contacts with people from different countries;**
- **Creation of new opportunities within the villages;**
- **Conducting programs close to the environment, by which are demonstrated the possibilities for development of alternative types of tourism in Greece.**
- **Creating opportunities for the tourists to get acquainted also with the historical past of Greece, as well as with the modern face of the local population.**

By offering this form of alternative tourism, the first female tourist association in Greece, achieved to advertise the country abroad. Moreover, conditions for revitalizing the economy of the region. This revitalization created the conditions for a movement in many other sectors of the economy.

“Leader”¹ Initiative gave new meaning to the development of rural tourism in Greece, which was accompanied by constant investments. Based on these programs they set up local action groups that committed themselves to implement at local level. Rural tourism has been one of the main priorities of these programs. Unlike other donating programs positive in this case was the large extensive opportunity for funding. Only for the period

¹ Different “Leader” programs promote rural development. They start functioning from 1991 and the aim is to encourage people to form local, regional, national and international networks so that they can benefit from each others experiences. Later, the initiative moved into a new area, as the financing is done by the new European Fund for rural development.

1991 – 2001 for rural tourism in Greece had been invested 167, 8 million euros incurred in the upgrading of the accommodation and other tourist activities. Of these, 53.8 million euros was given in the period 1991-1995 for 757 projects of rural tourism and the remaining 114,0 million was disbursed in the range of 1996-2001 for 1150 drafts. In the period 2000-2006 the Ministry of Agriculture focused the investments on 125 mountainous regions with a total funding of 1.4 billion euros.

The European Union policy through **the European Fund for Rural Development for the period 2007-2013** aims to promote rural tourism. The main task which is set is to be achieve parallel development of activities focused mainly on economic and social regeneration of rural areas with the promotion of alternative forms of tourism on local agricultural production, trade of traditional products and conservation of natural and cultural heritage.

As a result of the efforts made in the recent years in Greece the number of travel agencies dealing with rural tourism and offer holidays in rural, not well known areas far from popular, noisy and crowded Greek resorts, increased significantly.

Greek tour operators have begun to launch on the market a new type of accommodation, so-called "**kseronas**" (from the Greek "**guest room**"). This type of tourism product offers a complete set of additional services, mostly related to opportunities for active spending of time, while making a serious effort to distinguish

this type of service "rooms to let". Another feature of the Greek rural tourism is the offer of "agroklima" (farm), indicating and the activities and results expected from the visit to one such farm.

To overcome the existing disparities in this area, travel agencies engaged with marketing of the product of rural tourism demanded to be created an appropriate legal framework for tourism in the countryside, the purpose of which will promote initiatives in this type of tourism that will prepare the use of subsidies under the Fourth Framework Program of the European Union. This created a special working group comprising representatives of tourism businesses operators in the field of rural tourism, farmers, and trade associations, the Greek National Tourism Organization and the Ministry of Tourism, with the task to renew the bill. The guidelines included a determination of the criteria for "guest rooms" and "farms", also the procedure by which the projects and the possible tax incentives will be financed.

At the same time the development of rural tourism in Greece is characterized by some local typical for the region features. In administrative terms the country is divided to 13 peripheries (Map 1: Peripheries of Greece) and an autonomous one (Agio Oros - Mount Athos). Peripheries include 51 prefectures. Lowest administrative units are municipalities. They are of two types: Demi - 130 in number and kinotites - 901 in number.

Map 1: Peripheries of Greece / Data: Wikipedia/



Eastern Macedonia and Thrace (14 157 square kilometers) is the administrative periphery in the northeastern part of Greece. Administrative includes the Macedonian prefectures of Drama and Kavala, and the Thracian Xanthi, Rodopi and Evros. Center of the periphery is Komotini (Gioumourdjina 43 326 inhabitants). This administrative unit almost coincides with the historic and geographical Aegean region, which covers the western part of Thrace and Macedonia, between the rivers Struma and Mesta. Its Population is 623 428 people, a not inconsiderable part of which belongs to the Muslim minority. The periphery offers limited opportunities for rural tourism. The accommodation has been built entirely with traditional natural materials, local stone and wood, furniture is carefully designed, the rooms are comfortable with a common room – living room, a perfect place to create interaction with local residents and other guests. Proposed meal allows tourists to get acquainted with the features of the local

cuisine. Developed tourist packages allow guests to get acquainted with local traditions and folklore, to take part in traditional festivals and horse racing, there are organized walks with mountain bikes or mountain hiking. The possibility of direct participation in agricultural activities are limited because the main occupation, especially in the northern part of Thrace is the production and processing of silk as a result of the development of silkworm. Some specialist stores are working on various projects too. In the periphery there are also a lot of cultural and historical landmarks. There are also organized and several educational programs.

Central Macedonia (18 811 square km) includes seven prefectures: Imanthia, Thessaloniki, Kilkis, Pella, Pieria, Chalkidiki, Serres. Its opulation is 1 931 870 inhabitants. Its administrative centre is Thessaloniki (800 764 inhabitants).

Most rural tourist sites in the periphery offer tourist services at very high level. Some of them have added halls suitable for

conferences and business meetings. In most of the cases the food is served from organic farming. The main activities for tourists are hiking, horse riding, visiting archaeological and historical sites, monasteries, caves, participation in agricultural activities.

Western Macedonia (9 451 sq km) consists of four prefectures: Kozani, Kastoria Florina (Lerin), and Grevena. Kozani is the main town (49 812 inhabitants). A significant part of the periphery (82%) is occupied by hilly and mountainous ranges, and has a population of 303 405 inhabitants. It is believed that in this periphery in the small island Agios Ahilos (Saint Achilles) in Mala Prespa Lake in the tomb church the Bulgarian King Samuil is buried. In these places the rural tourism is diversifying with elements of ecological, cultural, historical tourism, the practice of extreme sports, etc. The accommodation is very good, and the restaurants in rural tourism sites satisfy the tastes of the most demanding customers, because the traditional Greek dishes are cooked on the basis of quality natural ingredients.

Thessaly periphery (14 037 sq. km) separated from the historic Macedonia through the valley of Tempi and mountain range Olympus - Hasi - Kambunitsa. In west Pindus separates it from Epirus, to the southwest is Evrytania and to south - Central Greece. Epirus is the most western zone of the Aegean Sea. Both lowlands around Larissa and Trikala form the fruitful field of Thessaly - the largest plane in Greece, surrounded by a ring of mountains. Thessaly is known as the granary of Greece. Includes four prefectures: Larissa, Trikala, Karditsa and Magnesia. Chief town of the periphery is Larissa (124 394 inhabitants) and the population is 760 714 inhabitants.

The periphery provides an excellent opportunity for rural tourism, including participation in agricultural activities. In these places there are numerous cultural, historical and natural attractions.

Epirus is one of the largest administrative peripheries in Greece, covering 9 200 square kilometers, with a population of around 350 000. Its capital is the city Ioannina 157 000 inhabitants). It includes four prefectures: Arta, Preveza, Ioannina and Tesprotiya. The terrain is mostly mountainous. This is the biggest mountain range in Greece with an altitude above 2 600 m. The sites of rural tourism are clearly near to the general architectural plan of the periphery. This part of the country is characterized by well-preserved nature, rich cultural heritage and folklore. All this makes it one of the attractive centers for this type of alternative tourism.

Attica (in Greek Attica - the coastal part) covers 3 808 square km and has a population of 3 841 408 inhabitants with a density of 1 009 persons per sq km. It includes four prefectures: Attica, eastern Attica, Piraeus and western Attica. Administrative center of the periphery is the capital city Athens (3 745 514 inhabitants). Rural tourism sites are mainly located on the outskirts of the capital and at the nearby islands. Here, along with traditional rural tourism many other activities are offered, including visits to dozens of cultural and historical sites, to the Delta of Falir, one of the tourist attractions in this part of Greece - Peania with the famous wine and beautiful cave, Mount Parnitha, Shunio with the ancient monuments, etc.

Periphery Central Greece (Sterea Ellada - Continental Greece) covers 15 549 square kilometers with a population of 614 614 inhabitants. It consists of five prefectures: Boiotia, Evdeya, Evrytania, Phocis and Fthiotida. Administrative centre of the periphery is the city Lamia (58 601 inhabitants). Central Greece is mountainous. Tourism activities associated with rural tourism is mainly geared towards participation in agricultural work, trekking in the mountains with shepherds, horse riding, visits to protected areas, herb gathering, participation in courses for learning the Greek language, the Greek mythology, cuisine etc.

Administrative periphery of Peloponnese (in Greek Peripheria Peloponisu) covers the southern and central peninsula and includes five prefectures: Arcadia, Argolida, Corinthia, Laconia, Messinia. Periphery covers 15 490 square kilometers with a population of 650 310 inhabitants. Its capital is the city of Tripoli (28 976 inhabitants). In this part of Greece offers almost all forms of rural tourism, combined with elements of cultural, historical and ecological tourism. Here are some of the most remarkable historic cities of ancient Greece, including ancient Sparta, Corinth and Argos, many monasteries etc.

Periphery of the Ionian Islands (2 307 square kilometers) comprises a group of Greek islands in the Ionian Sea. It consists of six major and numerous small islands: Corfu (Kerkyra), Lefkada, Cephalonia, Ithaca, Zakynthos, Cythera and others. The population is about 220 000 people. Administrative center of the periphery is Corfu (28 185 inhabitants). Here, alongside traditional products of rural tourism, visitors can try the local eco-agriculture, participate in the collection of the olive harvest, etc.

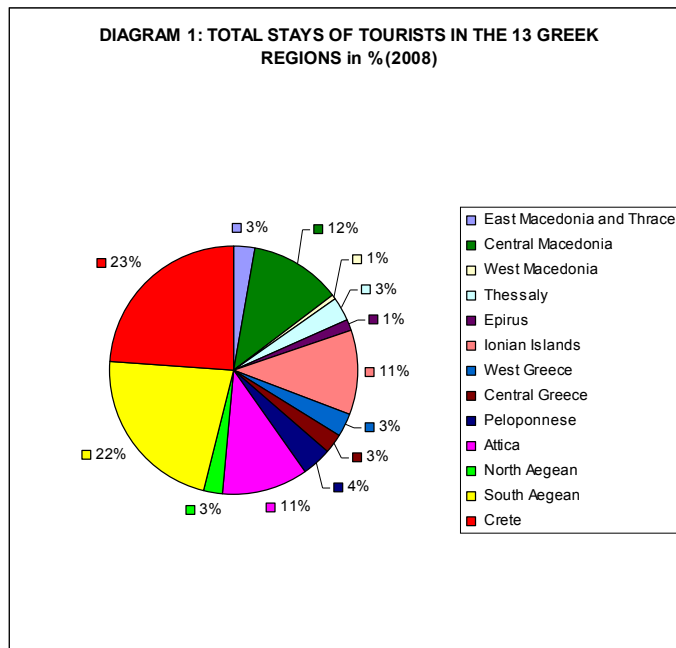
North Aegean is the administrative region in Greece, covering a group of islands in the northern Aegean Sea with an area of 3 863 sq. km and a population of 208 151 inhabitants. It is divided into three prefectures: Lesbos, Samos and Chios. Capital of the periphery is the city of Mytilene (36 000 inhabitants), located on the island of Lesbos. Typical of these islands is that tourists are accommodated in rooms in houses, which are copies of those of past times and are in direct contact with local populations. The tourism product of rural tourism is diversifying with the involvement of getting know the typical for the periphery hand crafts, cooking courses, participation in agricultural activities etc.

South Aegean is a administrative periphery, which includes a group of islands comprising in the southern part of the country with an area of 5 286 sq.km. and a population of 320 000 inhabitants. It shares on two prefectures: Cyclades and Dodecanese. From the first group of islands are famous, and as a globally recognized tourist destinations (TABLE 2), Santorini (Thira), Mykonos, Amorgos, Andros, Ios, Milos, Naxos, Paros, Syros, Tinos.

TABLE 2: Total stays of tourists in the 13 Greek regions (2008)¹

	TOTAL	%
East Macedonia and Thrace	1 759 226	2,7 %
Central Macedonia	7 891 536	12,0 %
West Macedonia	392 241	0,6 %
Thessaly	1 983 379	3,0 %
Epirus	900 065	1,4 %
Ionian Islands	7 381 425	11,2 %
West Greece	1 860 051	2,8 %
Central Greece	1 643 172	2,5 %
Peloponnese	2 569 268	3,9 %
Attica	7 315 351	11,1 %
North Aegean	1 653 390	2,5 %
South Aegean	14 546 143	22,2 %
Crete	15 729 316	24,0 %
TOTAL	65 624 563	100%

¹ Statistical Data: General Secretariat of the National Statistical Service of Greece



Of the Dodecanese (in Greek Dodekanisa - twelve islands), also called Southern Sporades - Rhodes, Patmos, Astipalea, Leros, Kos, and others. Administrative center of the periphery is Ermoupoli (13 400 inhabitants), located on the island of Syros. The region offers almost all forms of rural tourism, combined with elements of ecological, marine, recreational and cultural-historical tourism.

Crete is one of the thirteen administrative peripheries of Greece. It is the biggest Greek island with an area of 8 336 square kilometers and is the fifth largest in the Mediterranean Sea. Its population is 623 655 inhabitants. Its capital is Heraklion city (of gr.Iraklio) with a population of 117 167 inhabitants. It includes four prefectures: Chania, Heraklion, Lasithi, and Rethymno. Other major urban settlements include Perama, Vamos, Agios Nikolaos, Ierapetra. Large numbers of tourists visit destinations such as Knossos, Festos, Gortis, Venetian castle in Rethymno, Samaria Gorge, etc.

Located 110 kilometers from mainland Europe, 175 kilometers from Asia and 300 kilometers from Africa, inhabited since

ancient times and has numerous historical and natural attractions, Crete is one of the most prominent tourist destinations in the European continent. Here was born and developed the first great European civilization – the Minoan. Its monuments can be seen and nowadays in a large number of archaeological sites at Knossos, Festos and Gortis. There are a lot of medieval monuments, from when the island was a part of the Venetian Republic. The island offers many options of rural tourism. Visitors have the opportunity to monitor programs and to engage in activities which will allow them to be acquainted with nature, history, cuisine, folklore and other local features.

Evaluating the development of rural tourism in Greece it is worth emphasizing that initially it was marked by some of its specific features that make it a small or greater than the model in Central and Western Europe, and not to the last place and this in Bulgaria. The first major difference is that in Greece there is observed a sharp distinction between the places of shelter and accommodation and those for agricultural activities. The cases of

adjacent farms with a set of tools to accommodate tourists are very rare. Rural tourism in Greece is related to the stay of the guests in a hotel or individual rooms. Stay of tourists is characterized not so much of direct involvement in agricultural activities, but to the serious contact with the rural environment - meeting friends, reconnecting with tribal roots, contacts with neighbors, participation in the daily lives of local people (church, coffee etc). These are the elements that define the identity of Greek rural tourism.

Later, with the inclusion of the country in a huge number of European programs for promoting rural development, rural tourism in Greece has adopted some elements of this form of alternative tourism characteristic for the rest of the European Union. Today, rural tourism in Greece is one of the alternative types of tourism,

which consists of multi-activities in rural areas, with the purpose the visitors to be aware of them, with the nature of agricultural occupations, local products, traditional cuisine and daily life of residents, in which they can participate, be entertained, to feel the vitality, the joy of acquiring new knowledge, information etc.

At the same time something that makes impression is that almost nothing is being done on cross-border cooperation in particular with the neighboring countries of Greece, especially with Bulgaria as a country member of the European Union. Elaboration of modern tourist products of both sides will help the increase of the economy of the economically backward villages, will resolve in a sense the overcoming of the employment problems of local people, improve infrastructure, etc.

References:

1. Aleksieva I., St.Stamov. 2005. Specialized types of tourism. Rural tourism. Part two. Publication "Kota", St.Zagora, p.10.
2. Georgiev A.1982. Short glossary of economics and organization of tourism, VINS, Varna.
3. Marinov St. 2002. Rural tourism and destination Bulgaria. In "Specialized tourist products in Bulgaria", Publication "Slavena", Varna, p.95.
4. Mileva S. 2004. Recreation through specialized tourism. Publication Avangard Prima, Sofia, p.64.
5. Popova N. 1997. Nature and characteristics of the organization of rural tourism. Yearbook of Sofia University „St.Kliment Ohridski”, Faculty of Geology and Geography, b. 2, t. 88, Publication of the University „St.Kliment Ohridski” press, Sofia p.361.
6. Rakadjiska Sv.2007. Concepts for development of sustainable and alternative tourism. In „Introduction to Tourism”, Publication "Science and Economics", University of Economics – Varna, Varna, pages 129-131.
7. Gilbert D. 1989. Rural tourism and Marketing (Tourism management).Vol.3.
8. Medlik S. 1996. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, Sec.ed.Oxford ect.
9. Venetsanopoulou M. 2002. Regional Policy and Tourism. Publication Panteion University press, Athens, p.18.

МЕТОДИ ЗА ИЗСЛЕДВАНЕ НА СЕЗОННОСТТА В ТУРИЗМА

METHODS FOR RESEARCH ON SEASONALITY IN TOURISM

Chief Assistant Prof. SNEZHINKA KONSTANTINOVA

UNIVERSITY OF FOOD TECHNOLOGIES, PLOVDIV

Abstract: This work presents three methods for research on seasonality. Subject of research are the seaside public travel companies. Determined are the advantages and drawbacks of the different methods. Linear and non-linear models of seasonality are built. It is indicated that the method of research using the relations between actual and smoothed up values gives the best results in this specific case.

Key words: tourism, seasonality, seaside public travel companies

INTRODUCTION:

Subject of this research are the seaside public travel companies divided into groups by territorial location. The division is to some extent conditional. Eight public seaside public travel companies [3], [5] have been studied: "Albena" JSC – Albena Resort; "Byalata laguna" JSC – village of Topola; "Grand hotel Varna" JSC – Varna; "Elenite" JSC – Plovdiv; "Zlatni piassaci" JSC – Zlatni piassaci resort; "Sv. Sv. Konstantin i Elena" JSC – Varna; "Slantchev briag" JSC – Slantchev briag resort and "Sunny day" Co – Varna¹ [2], [4].

METHODS AND RESULTS:

The research covers a period of eight years between 2001 and 2008. Three methods of research of seasonality have been used: method of simple medians, method of adjusted medians and method of relation between actual and smoothed up values [1].

I. Study of seasonality by the method of simple medians (seaside public companies):

Table 1. Seasonality measured by the method of simple medians

Quarters	Quarterly median	Seasonal index
1 st quarter	2 299	5,64%
2 nd quarter	9 097	22,28%
3 rd quarter	23 131	56,66%
4 th quarter	6 294	15,42%
Total	40 821	100,00%

¹ Registry Agency, Trade Register: <http://www.brra.bg>

The method of simple medians is applicable when the dynamic sequence does not contain any development trends. In this way we assume that the variations are due to two groups of reasons:

- 1st group: reasons of seasonal nature
- 2nd group: reasons of arbitrary nature

To remove the influence of the arbitrary reasons, I did the following:

1. I calculated a quarterly median for each quarter of the year by adding up the quarterly revenues of the seaside public companies and divided the sum by the number of years. As a result, I obtained the following data:

- 1st quarter: BGN 11,506 thousand
- 2nd quarter: BGN 45,451 thousand
- 3rd quarter: BGN 115,586 thousand
- 4th quarter: BGN 31,457 thousand

2. I calculated the total quarterly median value for the whole studied period. It shows the total extent of the quarterly revenues of the studied companies. The total quarterly

median was calculated by adding up the companies' revenues for the whole studied period and dividing the sum by the number of quarters in the eight years (32 quarters), which gave a result of BGN 51 011 thousand by quarter.

3. Then I calculated the indices of the seasonal variations, which represent the relation between the quarterly medians to the total quarterly median, and obtained the following results:

- 1st quarter: 22,53
- 2nd quarter: 89,14
- 3rd quarter: 226,66
- 4th quarter: 61,67

The studied indices show that the seasonal factors contribute to the increase of revenue for the third quarter, which is quite normal in this case. However, the differences are huge and they are hiding some reserves. The seasonal indices are shown as graphic on Figure 1.

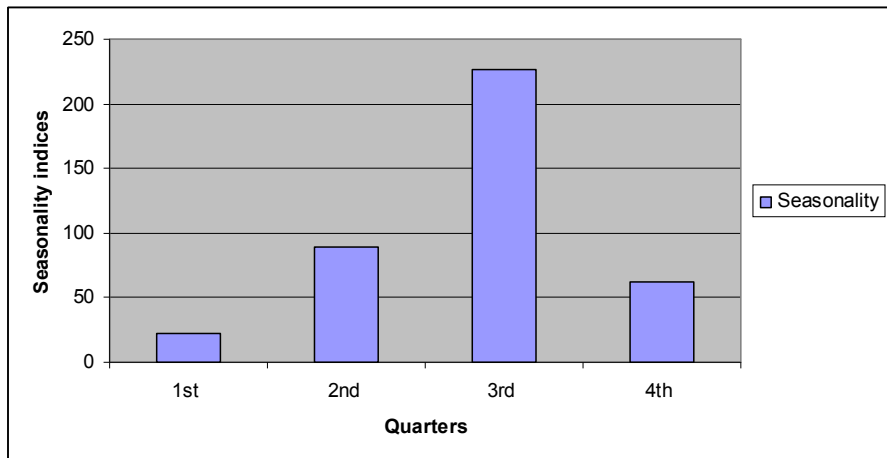


Figure 1: Seasonal indices of the seaside public travel companies (method of simple medians)

II. Study of seasonality by the method of adjusted medians

The method of simple medians is not suitable for our study because the revenues of the travel companies are actually increasing over the analyzed period. Should we approximate this trend to the simplest

(linear) model, we would obtain the following regression:

$$(1) Y = b_0 + b_1t, \text{ where}$$

Y – annual revenue of the companies

t – number of years within the analyzed period

b_0, b_1 – recession indexes

Assuming the presence of a linear trend, we should adopt the method of adjusted medians. In the application of this method I followed these stages:

1. I calculated the median for each quarter (this stage was already presented for the previous method). This is done to remove the effect of arbitrary reasons.

2. Then I determine the quarterly variation (increase or decrease) of seasonality measured through the total revenue. This is done with the purpose of removing the variation (trend) in view of obtaining revenue that contains the effect of the seasonal factors only. To do that, the parameter b_1 from the straight line equation ($Y: b_0 + b_1t$) is divided by 16 to obtain the value of the quarterly variation:

$$(2) b_{1quarter} = \frac{b_{1year}}{4.4} = 1,516$$

The denominator contains the product 4×4 because:

a) Once we divide by 4 to obtain the annual variation for the quarter;

b) Then we divide by 4 for a second time to reveal the quarterly variation in comparison to the previous quarter.

3. The quarterly medians are treated using the quarterly variation ($b_{1quarter}$) in the following way:

– the quarterly median for the first quarter is not adjusted;

– from the median for the second quarter is deducted (or is added in the case of decreasing trend) one quarterly variation ($b_{1quarter}$);

– from the median for the third quarter is deducted (or added) twice the quarterly variation ($b_{1quarter}$);

– from the median for the fourth quarter is deducted (or added) three times the quarterly variation ($b_{1quarter}$).

In this case, I obtained the following results:

1st quarter: BGN 11,506 thousand

2nd quarter: BGN 43,935 thousand

3rd quarter: BGN 112,554 thousand

4th quarter: BGN 26,909 thousand

Using the above calculations, I removed the effect of arbitrary factors and the trend for increase of the revenues of the seaside public travel companies. The presented adjusted quarterly medians now contain the effect of seasonal factors only.

4. Based on the adjusted quarterly medians is determined a general adjusted

$$\text{median: (3) } \overline{Y_{adj.}} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_{adj.i}}{n},$$

where:

$\overline{Y_{adj}}$ – general adjusted median;

$Y_{adj.i}$ – adjusted median for the 1st quarter;

n – number of quarters

The general adjusted median represents the revenues of the specified travel companies in the absence of development, seasonal or arbitrary variations. I obtain the following result: $\overline{Y_{adj}} = \text{BGN } 48\,726$ thousand.

5. Calculation of the seasonal variation indices by comparing the quarterly adjusted medians to the general adjusted median:

$$(4) J_i = \frac{Y_{adj.i}}{Y_{adj.}} \cdot 100,$$

where:

J_i – is the index of seasonal variations for the 1st quarter;

The results for the seaside public companies are as follows:

1st quarter: 23,61

2nd quarter: 90,17

3rd quarter: 230,99

4th quarter: 55,67

The seasonal indices are shown in a graphic on Figure 2.

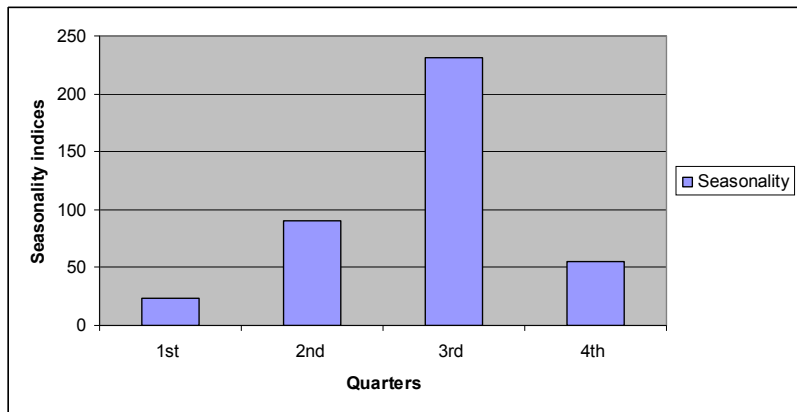


Figure 2: Seasonal indices of the seaside public companies (method of adjusted medians)

III. Study of seasonality by the method of relation between actual and smoothed up values

As mentioned before, the presented method of adjusted medians is suitable for the study of seasonality in time sequences containing a linear trend. The calculations have shown the seasonality in the operations of seaside public companies may be approximated using the following three models:

1. Linear model:

$$(5) y = 24250x + 52861; R^2 = 0,68$$

2. Third degree polynomial:

$$(6) y = 23114x^3 - 38405x^2 + 204521x - 145841; R^2 = 0,83$$

3. Sixth degree polynomial:

$$(7) y = -112,78x^6 - 3218,6x^5 - 36426x^4 + 211512x^3 - 678072x^2 + 1E + 0,6x - 666331; R^2 = 0,97$$

The obtained results show that the non-linear models present the trends in the studied phenomenon in a much better way. When seasonality must be studied in time sequences containing both linear and non-linear trends it is expedient to use the method of relation between actual and smoothed up values. It is for this reason

that this method is widely used in the practice [1].

The application of this method follows these steps:

1. Smoothing up the sequence using four quarterly centered sliding median values to eliminate the effect of seasonal and arbitrary causes and to express the trend;

I start by calculating the smoothed up value for the 3rd quarter of the first year of the period between 2001 and 2008. It is determined by starting with 50% of the value of revenues for the first quarter of 2001. The calculation formula looks like this:

$$(8) \quad \overline{Y_{III}^{2001}} = \frac{\frac{1}{2}Y_I^{2001} + Y_{II}^{2001} + Y_{III}^{2001} + Y_{IV}^{2001} + \frac{1}{2}Y_I^{2002}}{4} =$$

BGN 11 384

In the same way we calculate the smoothed up value for the 4th quarter of 2001:

$$(9) \quad \overline{Y_{IV}^{2001}} = \frac{\frac{1}{2}Y_{II}^{2001} + Y_{III}^{2001} + Y_{IV}^{2001} + Y_I^{2002} + \frac{1}{2}Y_{II}^{2002}}{4} =$$

BGN 11 974

I continue in this way up to the 2nd quarter of the last year 2008 and we arrive to drawing up the following Table 2. The drawback of this method is that the information about the first two quarters of 2008, i.e. the data of one year, is lost.

Table 2. Four quarterly centered sliding medians $\overline{Y_i^t}$

Quarter \ Year	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1 st quarter	–	12 260	10 631	8 564	9 274	9 409	10 301	11 206
2 nd quarter	–	12 266	9 246	8 596	9 286	9 762	10 706	10 910
3 rd quarter	11 384	12 497	8 584	8 583	9 253	10 030	11 653	–
4 th quarter	11 974	11 941	8 525	8 934	9 233	10 083	11 185	–

2. In the second step are calculated the relations between the actual value of revenues for the relevant quarter and the smoothed up value for the same quarter:

$$(10) \quad Q_i^t = \frac{Y_i^t}{\overline{Y_i^t}} \cdot 100,$$

where

Q_i^t – is the relation between actual and smoothed up values for quarter “i” of year “t”

Y_i^t – actual value for quarter “i” of year “t”

$\overline{Y_i^t}$ – smoothed up values for the same quarter of the same year

The results of calculation are given in Table 3.

Table 3. Seasonal indices and adjusted seasonal indices for the seaside public travel companies

Years and indices	Relation Q_i^t			
	1 st quarter	2 nd quarter	3 rd quarter	4 th quarter
2001	–	–	241,26	70,62
2002	15,20	98,61	206,34	85,23
2003	18,73	81,48	231,10	58,92
2004	22,55	82,00	240,54	50,30
2005	25,45	102,31	225,26	47,51
2006	23,44	97,23	221,98	57,37
2007	28,70	85,59	208,83	62,18
2008	35,36	89,97	–	–
Seasonal indices (S_i)	23,77	90,68	225,54	59,88
Adjusted seasonal indices	23,77	90,72	225,63	59,90

3. To avoid the influence of arbitrary factors, in the third step the obtained relations Q_i^t are leveled by quarters according to the following formula:

$$(11) \quad S_i = \frac{1}{n-1} \sum_{t=1}^n Q_i^t,$$

where:

S_i – is the mean sum for quarter “i”

n – number of years within the period (in our case 8 years)

The mean sums S_i are given in Table 3.

To determine them it is expedient to remove the extreme relations (relations with the highest and the lowest value). Therefore, the formula for the mean sum by quarter is transformed as follows:

$$(12) S_i = \frac{1}{n-3} \sum_{t=1}^n Q_i^t - Q_{i_{\max}}^t - Q_{i_{\min}}^t$$

The results of this step are given in the relevant line in Table 3.

4. The fourth step consists in determining the so-called “adjusted means of the two substages”:

4.1 In the first substage is determined the mean of means according to the following formula:

$$(13) \bar{S} = \frac{\sum_{i=1}^4 S_i}{4},$$

where:

\bar{S} – is the mean of means for the whole analyzed period

S_i – is the mean for quarter “i” of the analyzed period

4.2 At the second substage, the adjusted means are calculated as follows:

$$(14) Y_i = \frac{S_i}{\bar{S}},$$

Where:

Y_i – is the adjusted mean for quarter “i” of the analyzed period

The mean values (S_i) and the adjusted mean values (Y_i) express the mean deviation from the development trend for each quarter under the influence of seasonal causes. Hence, these are the indices of seasonal variations.

CONCLUSIONS:

The results of the research using the three methods that were presented show very close levels of seasonality in the operations of the seaside public travel companies in Bulgaria.

The following conclusions can be made after analysis of the information:

a. Over the studied period (2001–2008) is observed a trend that is of non-linear nature.

b. In the present study, the method for measuring seasonality through the relation between actual and smoothed-up values gives the best possible results.

REFERENCES:

1. Kaloyanov, T. Statistics, Sofia, 2004.
2. Konstantinova, S. Differentiated Research on Seasonality in Tourism. – In: International Scientific Conference “Trends in the Development of Modern Tourism”, “Paisii Hilendarski” University of Plovdiv, College of Smolyan, 2009.
3. Konstantinova, S. and Konarev, A. Seasonality in the Operation of Accommodation Equipment and Facilities in Bulgaria. – In: International Scientific Conference “Food Science, Engineering and Technologies 2009”, University of Food Technologies, Plovdiv, Vol. LVI, Issue 2, p. 9-14, 2009.
4. Konstantinova, S. Research on Seasonality in Tourism (Case Study of Public Tourism Companies in Bulgaria). – In: International Scientific Conference “Food Science, Engineering and Technologies 2009”, University of Food Technologies, Plovdiv, Vol. LVI, Issue 2, p. 15-21, 2009.
5. Law on Public Offering of Securities. – Promulgated State Gazette in effect as of 42 of 5 June, 2009.

докторант АДРИАН П. ЛЮБОВИЕЧКИ-ВИКУК

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ЗА ФИЗИЧЕСКО ОБУЧЕНИЕ „ЕУГЕНИУС ПИАСЕЧКИ”, ПОЛША

**ИКОНОМИЧЕСКИ ДЕТЕРМИНАНТИ ЗА ПРЕДПРИЕМАНЕ НА РЕКРЕАЦИОННА И
ТУРИСТИЧЕСКА ДЕЙНОСТ В СВОБОДНОТО ВРЕМЕ НА НЕСЕМЕЙНИТЕ ХОРА**

**ECONOMIC DETERMINANTS OF TAKING UP RECREATIONAL AND TOURIST
ACTIVITY IN THE SINGLE PEOPLE'S LEISURE TIME**

PhD Student ADRIAN P. LUBOWIECKI-VIKUK*

*THE EUGENIUSZ PIASECKI UNIVERSITY SCHOOL OF PHYSICAL EDUCATION IN
POZNAN, POLAND*

Abstract: In Europe 160 millions people live without a partner. Every second Finn and Irishman, every third American and every fourth Swede live without their better halves (www.travelplanet.pl). Lower rates are only in low-developed countries, especially Muslim ones. Each year in every European country the number of people living alone is growing and this trend seems to have no limit. The single people from conscious choice are uniting with the singles from necessity (the classic ones). This is one of the examples of a demographic factor that influences the development of the modern tourism and recreation.

The growth of one-person households allows us to establish a thesis that the members of such a kind of households have a lot of freedom in taking decisions concerning organization of their spare time. Moreover, taking into account their household's available income – which is disposable to only one person and allotted to meet basic needs and consumption of a higher order, investments, savings – it should be supposed that the single people will become an attractive target group to recreation and tourist line of business, and on the market special offers fulfilling specific needs of this segment of the tourists and the participants of recreational activities, that is in both motor recreation and the cultural one.

Widely understood globalization and dynamic socio-economic changes, politics, technological progress and the pace of introducing innovations in the leisure industry pose challenges for firms that provide recreational and tourism services, including for the unmarried part of society. This article aims to present impact of the economic factor as a determinant of recreational and tourist activity of the singles, on example of some research carried out in Poland (Greater Poland Voivodeship).

Key words: one-person household, recreation, tourism, expense, income.

* Contact: Zakład Ekonomiki Turystyki i Marketingu Wydziału Turystyki i Rekreacji AWF Poznań (Economics Department of Tourism and Marketing, Faculty of Tourism and Recreation AWF Poznan); ul. Rybaki 19, pok. 302; 61-884 Poznań, Poland, e-mail: alubowiecki@interia.pl

Introduction

In current times the socio-economic development, relatively high incomes and having so-called free time have contributed to a dynamic development of a specific field of social activity, which are recreation and tourism.

In Poland together with the introduction of market economy there can be observed an upward trend of the number of one-person households, which is probably due

to the change in the life's conditions, including greater possibilities for the 'adult children' to become standing on their own two feet (Lubowiecki-Vikuk 2008). The increase in the number of single-person household can also derive from greater involvement in singles' careers.

Central Statistical Office's forecasts indicate that in the next years the number of people in a household will decrease. This will contribute to increase in the number of one-person households. In 2007 in Poland

there were approximately 3,800,000 single-person households. To 2030 the number of these households is to increase by more than 35%. On the example of Greater Poland Voivodeship (table 1) the number of

one-person households in 2007 compared to the one from 2002 increased by 20.24%. Assuming the forecasts for 2030, the number will increase by 101.6% (Ibid).

Table 1. The prediction of the number of one-person households in Greater Poland Voivodeship about the number of people and the age of the head of the household in 2002, 2007, 2030.

Age	Number of single-person households in:		
	2002	2007	2030
18-19	1680	1347	779
20-24	15804	16914	7541
25-29	18797	23810	14357
30-34	12816	19868	18287
35-39	10235	13912	22385
40-44	11774	11200	22926
45-49	15381	14407	27498
50-54	17954	20230	31111
55-59	16016	27064	36864
60-64	16305	23064	37655
65-69	20548	19818	42180
70-74	23287	23925	57194
75-79	21556	24757	59319
> 80	22265	29519	74353

Source: Own study based on *Statistical Yearbook*, GUS, Warsaw 2003, p. 146.

In economic terms, single people are recognised as single-person households, constituting one of the economic subjects. These are people who have never been married, or because of the death of a partner or dissolution of marriage or divorce – there are no longer married (Bernard 1985). Thus, a single person is an individual supporting itself, managing its own financial resources and husbanding its own financial resources in order to meet basic needs. It should be added that the group of one-person households is a varied group, in the group the households can be distinguished between young people working or studying and older people, whose attitude to work has ceased and are now on disability pensions or retirement pensions. Increasingly there are also single households of people who are in middle

age who have never set up a family or who has divorced (Pizło 2002).

Recreational and tourist activity is realization of widely understood leisure and development (Gracz, Sankowski 2001), which is consistent with individual preferences and expectations. Recreational and tourist activity of people running one-person household is influenced by a wide range of diverse factors: demographical, social, cultural, spacious, psychological, and economic ones, which are reflections of general trends in macro-environment.

The aim of this article is to present general determinants of the development of recreation and tourism of single people – running a single person household and identifying determinants of recreational and tourist activities of this segment of the

tourists and the participants in recreational activities.

Research material and research methods

The research was conducted in 2007-2008 among people running one-person household in Greater Poland Voivodeship. A sample¹ of 1069 households that were run by single women (60,80%) and single men (39,20%) living in urban agglomerations (75,68%) and rural ones (24,32%).

The information was collected by questionnaire method following a technique of direct survey in places of abode of respondents using a tool of measurement that was the questionnaire of the survey: "Recreational and tourist activity of single people" prepared by the author.

Results and analysis

In the range of the own research it

comes out that people running single person household in Greater Poland Voivodeship in the majority (37,96%) have their monthly incomes at the level lower than 1,500 PLN², whereas for the single men incomes between 3,001-3,500 and over 3,500 PLN are typical. This vindicates that significantly and statistically the incomes depend on sex of the respondents. Values for chi-square test were: $\chi^2=79,758$; $df=5$; $p<0,001$. Age influences the level of incomes. People of 20-49 age bracket usually get high incomes (over 3,001 PLN), while the lowest level of the incomes is characteristic of young people (aged 18-29). Another variable that influences the level of the earnings is education level, where the chi values were: $\chi^2=120,695$; $df=15$; $p<0,001$ (table 2). People running one-person household that are secondary or highly educated get higher incomes, in comparison with the people primary-educated.

Table 2. Degree of education and level of monthly income of people running single person households.

The level of monthly income [PLN]	The level of education [%]				Σ [%]
	higher	secondary	secondary vocational	primary	
<1500	12,23	20,00	3,59	2,14	37,96
1501-2000	8,45	9,51	2,72	1,46	22,14
2001-2500	8,35	4,76	0,78	0,19	14,08
2501-3000	5,53	3,11	0,49	0,19	9,32
3001-3500	4,66	1,84	0,19	0,00	6,70
>3500	7,67	1,55	0,58	0,00	9,81
TOTAL	46,89	40,78	8,35	3,98	100,00

Source: own study based on the survey research.

¹ The representative group was calculated using the formula $n = \frac{u_{\alpha}^2}{4d^2}$ where: n - desired value of the sample size; u_{α} - value read from the tables of the normal distribution n (0,1) for $\alpha=0,05$; d - mistake, assuming 3,0%.

² 1000 PLN ≈ 239,35 € ≈ 468,121 BGN (dated 06-10-2009)

Statistically significant dependences between the level of the incomes of the single people concerned not only their places of residences and their career. Values for chi-square test in the case of the place of abode were: $\chi^2=80.121$; $df=25$; $p<0.001$. The respondents dwelling in urban agglomerations that have 50-100 thousand and above 200 thousand citizens and rural agglomerations make the highest incomes. Average incomes (2,501-3,000 PLN) are typical of urban agglomerations up to 50 thousand's population.

Career activity of the singles in an obvious way influences their incomes. Among 30.19% respondents that do not take up any work incomes are at the lowest level. In that group there are the students, the pensioners and the unemployed. The dependence between the unemployed and their incomes deserves attention. Approximately 39% get their monthly incomes even at the level of 2001-2500 PLN. Incomes per month in a group of the respondents that take up career activity are: in 16.89% lower than 1,500 PLN, 16.8% 1,501-2,000 PLN, 11.65% 2,001-2,500 PLN, 8.35% 2,501-3,000 PLN; 6.41% 3,001-3,500 PLN and 9.71% more than 3,500 PLN in a month.

From the above dissertation it should be stated that such factors as: sex, age, education, place of residence and career activity influence the trend of the incomes of people running one-person households.

Single people make the frequency of participation in recreation conditional on the level of their income. However, the vast majority of respondents regardless of their level of earnings participate once a week (33.46%), twice a week (29.62%), three times a week (19.55%). Respondents with incomes under 2,000 (5.53%) and 2,501-3,000 (1.09%) do not find any time for recreational activity at all.

Expenses spent on recreation are at the lowest level. During the year more than 67% of respondents have allotted under 1,500 PLN, and 16.52% within 1,501-2,000 PLN. People with incomes that are more than 3,500 PLN spent the highest

expenditure, but they are only 1.41% of the respondents.

The research has shown the occurrence of a clear relationship between the income of people running single household and a place of their choice to participate in recreation and tourism.

Regardless of the level of income the singles often make use of bicycle paths and swimming pools – except for the most wealthy who choose swimming pool, gym and bicycle paths. The least popular places include ice rink and tennis courts.

Incomes have a significant impact on passive leisure activities during the singles' tourist stay. Sunbathing is characteristic of people with incomes above 3,001 PLN, and for those who receive less than 3,001 - short walks. On the third place people with any level of income indicated that their leisure time spent in solitude.

During the subject period the respondents set off most frequently to seaside regions - those with incomes under 1,500 and 1,501-2,000 PLN (16.17%); over 16% set out to Kolobrzeg, and about 9.5% to Sopot and Mielno/Koszalin.

Together with the rise in incomes (>2,001 PLN) the singles set off on abroad journeys (25.31%), mainly to Spain, Italy and Greece, and to the Polish mountain regions (18.57%) - Zakopane, Bieszczady.

Level of income also affects the frequency of trips outside of the residential places of the respondents. It should be stated that about 30% of the singles travelled five times or more during the year, regardless of their income. Thus, more than a half spent more than 10 days off their own household. Only 11% of respondents of the lowest income spent up to 5 days outside the permanent place of residence.

Annual expenses of the singles on a purchase of a tourist offer and a stay in a holiday resort can be presented in this way:

- more than a half of the respondents, regardless of the income, have earmarked up to 1,500 PLN for the purchase of the tourist offer; people with incomes up to 3,000 PLN has earmarked a

sum in 1,501-2,000 PLN bracket; the richest has earmarked over 3,500 PLN;

- there were similar results as far as the expenses during the stay are concerned.

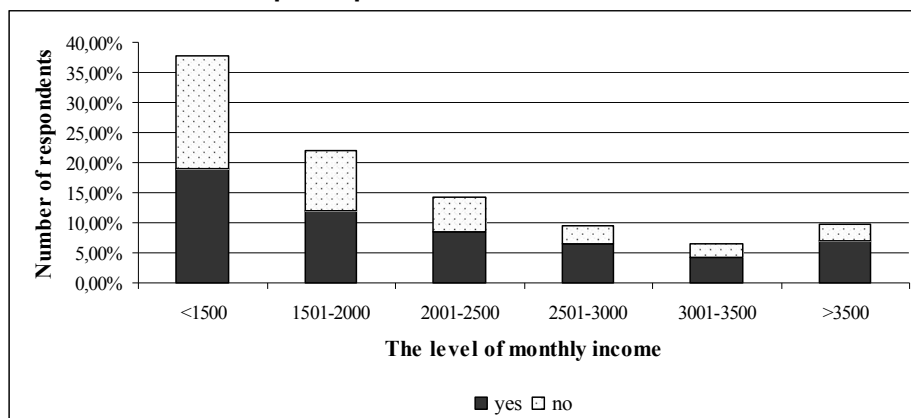
Irrespective of the level of the incomes, most frequently the respondents travelled with friends (30.43%). People of incomes over 3,000 PLN travel in solitude – it is related with business travels.

Regardless of their income, the vast majority of respondents (61.37%) self-organise tourist trips, purchase offer in person in the tourist resort - except for the more wealthy, including those who use the Internet to that end.

The incomes considerably influence the means of transport and sort of accommodation; the preferred means of transport is car, the people with incomes over 3,500 PLN use plane. The singles that have incomes up to 1,500 PLN have chosen private lodgings/guest rooms and their relatives'/friends' flats. With the increase of the incomes (>1,501 PLN) the respondents has used hotels.

For the majority of the respondents running one-person household favours participation in recreation and tourism. To the people of the lowest income it was the most difficult to decide, hence a half thinks that it favours recreation and tourism and another half is of a different view (figure 1).

Figure 1. Opinion of people running single person household on the subject of whether solitude favours in participation in recreation and tourism.



Source: own study based on the survey research.

Over a half has answered that it is hard to say if they would earmark more of their spare time for recreation and tourism, while 13.52% of the respondents claims that they are not going to do that, including the people of incomes to 2,000 PLN (8.15%), 2,501-3,000 PLN (1.49%) and above 3,500 PLN (2.09%).

Conclusion

As it has been presented above the income in the budget of one-person household is this factor that mainly shapes

the level of recreational and tourist activity of the singles.

Among prospects of the development of Polish tourism and recreation a tendency to an increasing activity of single tourists can be observed. The popular active recreational forms are biking and swimming. Moreover, single men eagerly use gym and fitness clubs services. They would travel individually with expectations of physical effort and physical activity, yet currently they prefer passive leisure, for instance lying on the beach and taking advantage of sunbathes, short walks. The

most frequently visited region in Poland is the seaside. The Mediterranean countries are visited as well. It should be added that the preferences of the single people (about the future) as for tourist travels concern foreign tourism: Germany (5.9%), Italy,

France, Spain, Croatia, Greece, Czech, Great Britain, Turkey, Egypt, the Netherlands and the USA (3.2%) inter alia. The singles will decide on quality and price of offered services, and they will wait for another experiences as well.

Bibliography:

1. Bernard M., *The Rights of Single People*, Bantam Books, Toronto 1985.
2. Gracz J., Sankowski T., *Psychology in recreation and tourism* (in Polish), AWF, Poznan 2001.
3. [Http://www.travelplanet.pl/centrum_prasowe/komunikaty_prasowe/197,single-w-podrozy-niezwy-kle-polacze-nie-klub-singla-polowki-pomaranczy-i-travelplanet-pl.html](http://www.travelplanet.pl/centrum_prasowe/komunikaty_prasowe/197,single-w-podrozy-niezwy-kle-polacze-nie-klub-singla-polowki-pomaranczy-i-travelplanet-pl.html) (11.01.2007).
4. Lubowiecki-Vikuk A.P., *A lonely tourist – on the market of tourist services* [in] *Tourism and recreation as an opportunity for development of social activity* (in Polish), ed. R. Grzywacz, WSliZ, Rzeszow 2008.
5. Pizlo W., *Equipping in durables in Polish single person households in 1993-2000* (in Polish), Acta Scientarum Polonorum: Oeconomia 2002, no. 1-2.
6. *Statistical Yearbook* (in Polish), GUS, Warsaw 2003.

докторант АСЯ ХРИСТОЗОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „ НЕОФИТ РИЛСКИ”, БЛАГОЕВГРАД

КОМПЛЕКСНОСТТА – ОСНОВЕН ПРОБЛЕМ НА ЗАСТРАХОВАНЕТО В ТУРИЗМА

THE COMPLICACY OF INSURANCE IN TOURISM SECTOR

PhD student ASIA HRISTOZOVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”, BLAGOEVGRAD

Abstract: The continuous development and growth of the trade volume between the countries on global and regional scale determines the increasingly various by their nature forms and ways of mediating contacts, concerning the tourism development as well as the dynamics of the individuals' relationships in performing this activity. The subject of the present resume is to prove the need of insurance development in tourism sector and to present and demonstrate the services, applicable to tourism sector by identifying the scope of insurance products and services.

Key words: tourist product, insurance risk and insurance coverage - standard, additional and special.

Непрекъснатото развитие и нарастване на търговския обмен между страните в световен и регионален мащаб определя все по-разнообразните по своя характер форми и начини на опосредствани контакти, засягащи развитието на туризма, както и динамиката на отношенията на субектите в реализирането на тази дейност.

Обект на туристическа дейност са хората, които се нуждаят от почивка, развлечение, пътуване, като в днешно време границите на това са доста широки, често преплитачи се с други човешки дейности поради разнообразния характер на икономически отношения / бизнес пътувания, големи концертни изпълнения, дори световни спортни мероприятия /.

Субект на отношение са предприятията с техния персонал, които си поставят за цел да удовлетворят тази потребност. Резултат от тази дейност е туристическият продукт.

Туристическият продукт е субективно и трудно за дефиниране понятие и може да се определи като съвкупност от услуги и дейности, осъществени между клиента и доставчика с оглед потребностите на

клиента (4; 35,43). Доставчикът е предприятието, което предоставя туристическият продукт. В същност става въпрос за система от знания, умения и материални средства за задоволяване потребностите на клиента. Крайният потребител е индивид в своята същност и може да възприема по различен начин един и същи продукт (4; 53). Тази нематериалност и неопределеност, едновременно предлагане и потребление, висок риск и честа намеса са съществена характеристика на туристическия продукт. При реализирането на всяка дейност съществува определен риск. Това го определя като важен за човешката практика, но и като категория от особено значение в теорията на застраховането. В този аспект застраховането е един от елементите на пазарната икономика, който има за цел да защити интересите касаещи всички сфери на човешките отношения.

Предмет на настоящето съобщение е чрез идентифициране на обхвата на застрахователните продукти и услуги да се обоснове нуждата от развитието на застраховането в туризма, да се представят и аргументират услугите които намират приложение в него.

Характеристика на туристическата дейност

Туристическата дейност е процес с участието на две страни – обект и субект, като крайната реализация на тези отношения се изразява с туристическия продукт. Най-общо обект на туристическата услуга са хората ползващи даден туристически продукт. Субект са организациите и структурите свързани с опосредстването, предлагането и реализацията на този продукт. Точното дефиниране на страните в процеса на реализация на туристическия продукт е важно с оглед разделяне на видовете рискове и насоката за застраховане т.е разделяне на видове зони / обект от субект; субекта на туроператор – хотелиер - ресторантьор /

Обект в туристическата дейност е туристът / индивидуален или групов /

Субект е туристическата агенция която по своя смисъл е предприятие, което осъществява дейността си в обособени организационни рамки за задоволяване на туристически и свързани с тях потребности чрез обвързване на чужди услуги в своеобразна комбинация и предлагането им на пазара от свое име и за своя сметка (4; 61). В това си качество туристическата агенция изпълнява предимно функции, като опосредства реализацията на туристическата услуга с авиокомпаниите, пътнически компании, хотелиери и ресторантьори. В действията на туроператора има риск от гледна точка неизпълнение на договорните отношения с клиента да опосредства заявената туристическа услуга. Дейността на туристическите агенции е регламентирана в раздел първи гл.4 Закон за туризма. По смисъла на закона туристическата агентска дейност има посреднически характер при продажби на организирани индивидуални пътувания, превоз, резервационни, екскурзоводски, визови и допълнителни услуги.

Хотелиерите и ресторантьорите са друга съставна част от туристическия продукт, включващ туристически обекти и процеси (предоставяне на средства за подслон, места за настаняване, заведения за хранене, развлечение, центрове за предлагане и потребление на допълнителни туристически услуги – балнеоложки, спортни и др.).

Характеристика на риска в туризма

Рискът неизменно съпътства живота и дейността на човека. Това го определя не само като важен за практиката на застраховането, но и като категория в теорията с особена важност. Вероятността от неговото настъпване, вредните последици при неговото реализиране са основание за определяне на границите на застрахователна защита (3; 20). Надеждността на туристическия продукт е от голямо значение за неговата реализация. Тя се формира от сигурността на неговото проектиране, производство и предлагане. Осигуряването на надеждността на туристическия продукт е възлов проблем, чието решение се търси в подобрието на лимита за сигурност на елементите, които образуват продукта. От значение е също да се отбележи, че съществуват високо рискови услуги в туризма с очевидна опасност за живота на хората в случай на човешка грешка и липса на надеждност. Обстоятелството, че рискът не може да се премахне изцяло се превръща в основна причина да се търсят начини за предотвратяване и ограничаване на неговите последици (3; 299). В този смисъл управлението на риска може да се определи като съвкупност от методи за намаляване на несигурността. Един от тези методи е застраховането. При него рискът се определя като възможна материална или нематериална загуба, а настъпването на застрахователното събитие е вероятно и случайно и не зависи от волята на застрахованото лице.

Застрахователните рискове в областта на туризма са в множество насоки:

- рискове за здравето и имуществото на туристите;
- рискове за здравето и живота на служителите на туристическата фирма
- рискове за имущество на туроператори и собственици на туристически обекти;
- рискове свързани с отговорности за нанесени от субектите вреди на туристи или трети лица;

Застрахователното събитие е самото осъществяване на риска (З; 309). То е обективен факт, който трансформира задължението на застрахователя да поеме риска като задължение да плати обезщетение. Застрахования получава обезщетение на база предварително определена застрахователна сума и заплатената за нея застрахователна премия. От естеството на риска зависят размерът на застрахователната премия, на обезщетението или сумата и времетраенето на договора. При сключване на застрахователния договор застрахования трябва да се информира относно покритието и изключени рискове по полицата. Покрити са рисковете които са упоменати в полицата и за които застрахователя носи отговорност. За всички рискове неупоменати или изключени по общите условия застрахователя не носи отговорност. Възможно е застрахователя и застрахования да уточняват допълнителни и специални рискове, извън включените в стандартните основни покрития (2; 43).

Видове застраховки при туристическия продукт

I. Застраховки свързани с имуществени рискове на туроператори и притежатели на туристически обекти.

A. Застраховка гражданска отговорност на туроператора

Обща информация: Застраховката е задължителна по силата на Закона за туризма за стопанската единица. Според закона е необходимо задоволително доказателство за обезпечаване на дейността (гаранционен фонд, банкова гаранция или застраховка).

Застрахователно покритие: Застраховката покрива преките вреди, понесени от участниците в организирани групови или индивидуални пътувания с обща цена, понесени вследствие неразплащане на туроператора, негови контрагенти или доставчици. Покритието е дефинирано в общите условия (възстановяване на авансово платени суми, разликата при отказване на част от договорените услуги, разходи за репатриране до началната точка на пътуването). Съществените моменти са следните:

- покритието касае само вредите вследствие неразплащане на туроператора
- покритието касае само преките вреди от понесени разходи за заместване на отказаните услуги
- покритието касае вреди от понесени разходи, които туристът би направил при спазване на условията на организираното пътуване
- покритието касае само не оказани услуги и разлика в качеството, която не е покритата

Застраховката се сключва на база попълнен въпросник – предложение от страна на застрахования. Издава се сертификат в стандартна форма на български и английски език по силата на наредбата.

Анализът показва че, застраховката касае туроператора и договорите, които той издава за даденото пътуване. Покриват се само рисковете, касаещи клаузите на договора на база попълнен въпросник – предложение. Гаранциите касаещи обезпечаване на туроператора при неплатежоспособност са незадоволителни, което определя застраховката като незадоволителна и

губеща. Лимитите на обезщетение по наредбата отразяват българския икономически стандарт и са в десетки пъти по-ниски от европейската практика на застраховане, което води до негативен ефект при сертифициране на туроператора в чужбина.

Б. Застраховка за притежателя на туристическия обект

Обща информация: покритието по тази застраховка е съобразен по чл.

45, 49,50 от ЗЗД и касае само вреди причинени на гости и посетители на туристическите обекти, за които обектът може да бъде отговорен.

Застрахователно покритие: основно се отнася до телесно увреждане и / или щети на имущество, причинени на гости и/ или посетители на обекта през периода на застраховката и на територията на обекта. Към основните покрития обикновено се договорят и допълнителни покрития.

Основните покрития предполагат:

- покритие за телесно увреждане и щети на имущество
- вредите да са по причини касаещи само туристическия обект
- покритието да касае само гости и/ или посетители на туристическия обект
- покритието да е ограничено до вреди възникнали на територията на туристическия обект.

Застрахованият може да договори и следните допълнителни покрития:

- вреди на гости и/ или посетители по време на транспорт извън територията на обекта.
- вреди на гости и посетители извън територията на обекта при допълнителни туристически услуги.
- загуби на имущество на гости и посетители чрез взлом на каса или сейф на обекта.
- щети на МПС на охраняем паркинг на обекта и при маневриране от служители на обекта.

Застраховката се сключва на база въпросник – предложение и оглед на обекта.

Анализът показва, че възможността за договоряне от притежателя на туристическия обект със застрахователя на допълнителни покрития, позволява покриване на рискове на гости на обекта, които могат да бъдат изключени при групови или индивидуални застраховки злополука на гости на хотела. Това увеличава степента на сигурност при предлагане на туристическия продукт и го прави по-привлекателен (4; 78).

II. Застраховки свързани с рискове за здравето и имуществото на туристите – индивидуални и групови

Обща информация: Застраховките касаят туристът и могат да бъдат сключвани индивидуално или групово (1; 215). Същите не са задължителни и се сключват по желание на застрахования. Стандартният застрахователен пакет насочен към гражданите включва следните видове застраховки – Злополуки на гости на хотела; Туристическа застраховка; Помощ при пътуване в чужбина. Някои застрахователни дружества предлагат и Застраховка отмяна на пътуване.

А. Туристическа застраховка:

Застраховат се български и чуждестранни граждани при престоя им в Република България. Застраховката може да се сключи групово или индивидуално и е валидна за срок определен в полицата.

Покрити рискове: Касаят загуба на трудоспособност, медицински разходи, смърт и репатриране при злополука.

- смърт при злополука
- трайна и ли временна загуба на трудоспособност при злополука
- медицински разходи при злополука и /или остро заболяване
- репатриране при злополука и/ или остро заболяване

Изключени рискове: При ползване на водни басейни извън регламента на безопасност и времеви период; при практикуване на зимни и летни екстремни спортове с професионален характер; при участие в състезания и тренировки от всякакъв характер.

Б. Злополука на гости на хотела:

Застраховат се български и чуждестранни граждани в хотели или други места за подслон.

Покрити рискове: Касаят трайна загуба на трудоспособност, медицински разходи, смърт и репатриране при злополука, кражба или загуба на багаж, гражданска отговорност на госта за причинени имуществени и/ или неимуществени вреди.

- смърт при злополука
- трайна загуба на трудоспособност при злополука
- медицински разходи при злополука и/ или остро заболяване
- репатриране при злополука и/ или остро заболяване
- кражба чрез взлом или загуба на личен багаж
- гражданска отговорност на госта за причинени имуществени и/ или неимуществени вреди на трети лица.

Изключени рискове: събития преди регистрацията в хотела и след прекратяването и; при ползване на водни басейни извън регламента на безопасност и времеви период; при практикуване на зимни и летни екстремни спортове с професионален характер; при участие в състезания и тренировки от всякакъв характер; при ползване на всякакви атракционни съоръжения; при загуба, кражба и липса на багаж от палатки, каравани, балкони, при съдействие и от служители на хотела, при необяснимо изчезване, при повреди които не нарушават функциите на багажа; гражданска отговорност при щети свързани с управление или притежаване на транспортни средства, оръжия и т.н.

В. Помощ при пътуване в чужбина:

Застраховат се български и чужди граждани за времето на пътуване и престой извън територията на Република България и страната, в която Застрахования живее или има гражданство. Важи за периода на сключване от 1 ден до 1 година. При многократни пътувания може да се сключи мултитрип застраховка. Застраховат се физически и психически здрави лица до или 70+ години. Лица под 14 години не се застраховат за смърт при злополука.

Покрити рискове: групират се в три категории – основни, допълнителни(избираеми) и специални рискове

Основни рискове

- медицински разходи при злополука или остро заболяване, вкл. спешно зъблечение

- репатриране

Допълнителни (избираеми) рискове

- смърт при злополука

- трайна загуба на трудоспособност при злополука

- дневни пари за болничен престой

- разходи за погребение в чужбина при смърт вследствие злополука или остро заболяване

- разходи при правна защита

- кражба на личен багаж

- гражданска отговорност за причинени имуществени щети или телесни увреди на трети лица

Специални рискове (обект на специално договаряне)

- спасителни разходи

- разходи при престой под задължителна карантина

- разходи за мед. помощ при отвлечане

- доставка на лекарства

- разходи за болногледач в дома след оперативно лечение

- разходи при домашно посещение на мед. сестра при манипулации след болнично лечение

- разходи, свързани с промяна срока на престой при злополука или остро заболяване

- кражба на документи и кредитни карти

Исключени рискове: рискове на територията на страната, където живее застрахования; при пътуване с цел лечение; при липса на одобрение от асисанс компанията; за събития настъпили извън срока на застраховката; при употреба на опиоидни вещества и медикаменти, алкохол или под въздействието на медикаменти повлияващи нервната с/ма; при хронични и предшествващи заболявания; СПИН; стерилитет, бременност и усложнена бременност; козметична и естетична хирургия; психични заболявания; разходи за протезиране и коригиращи устройства; при злополука вследствие на противозаконна проява на застрахования; изпълнение на смъртна присъда; война и военни актове; радиация и замърсяване на околната среда; лов; лечение и грижи които не представляват спешна мед. помощ; преднамерени действия от ползващо лице.

Анализът показва, че описаните по горе застраховки осигуряват спокойствие и сигурност при пътуване в страната и чужбина. Различните по вид застраховки дават възможност за покриване на рискове свързани със спецификата на пътуване. Застрахователя дава възможност за индивидуализиране на застраховката с въвеждане на покритие по допълнителни (избирателни) и специални рискове, което позволява на застрахования сам да оптимизира своята сигурност в зависимост от изискванията

и интересите си. Тази възможност прави застраховката мобилна и пластична за приложение в конкурентна среда. В изключените рискове са заложени клаузи целящи превенция и така се защитават интересите и на двете страни в договора.

В резултат на горното изложение се налагат следните изводи:

Разглеждането на отделните видове застрахователни продукти показва, че по отношение на управлението на рисковете се очертава тенденция и стремеж в две основни насоки: превенция на риска и покриване на неизбежен риск. Съчетаването на двете насоки повишава надеждността на туристическия продукт. Заложен е принципът на лоялност на страните в процесът на осъществяване на техните отношения, което прави туристическия продукт сигурен, с ясен регламет и достатъчна защита на различните страни в процеса. Ограничава се възможността за проява на недобросъвесност при предлагането и ползването на туристическата услуга.

Комплексното използване на застрахователните продукти повишава степента на сигурност при предлагането и реализацията на туристическия продукт, като същевременно е налице достатъчна гъвкавост за „ индивидуализация “ в застраховането.

Литература:

1. Драганов, Хр., Й. Близнаков, Застраховане, 2000
2. Драганов, Хр., Управление на риска, 2003
3. Рибов, М., съавт., Реинжинеринг и управление на риска в туризма, 2004, (20, 299, 309)
4. Рибов, М., Управление на конкурентоспособността в туризма, 2003
5. Чернова Г., Практика управления рисками на уровни предприятия, 2000
6. Elliot, M., Fundamentals of risk financing, IIA, 2002

НОВИ КНИГИ
на университетски и други издателства:

Чавдар Николов

Икономическото развитие на България в началото на нейното членство в Европейския съюз (Международно-сравнителен анализ) УИ"Н. Рилски", Благоевград, 2008 г., С. 315

Монографията е структурирана в четири глави, в които са разгледани: българският фискален модел и европейските предизвикателства (**гл. I**); Макроикономическите проблеми пред България (**гл. II**) – дефицитът по текущата сметка на платежния баланс, ценовото равнище, факторите за прегряване на икономиката, шоковете на еврочленството, стабилността на валутния борд, въвеждането на еврото, новият алгоритъм на стопанското ни развитие; структурните проблеми на българската икономика (**гл. III**) – секторното развитие на народностопанските структури и развитието им в териториален разрез, външнотърговските структури, структурите в платежния баланс и в брутния външен дълг, структурите на заетостта и на секторната производителност на труда, демографските и образователно демографските структури; геостратегическата и геоикономическата обстановка в Балканския регион след приемането на страната ни в Европейския съюз и НАТО (**гл. IV**) – Укрепването на икономическата сигурност на България, „Балканското” разширяване на Евросъюза и българската политика спрямо Македония.

Нови хоризонти в икономиката, под редакцията на Майкъл Шенбърг и Лал Рамратан, АИ „Проф. М. Дринов”, С., 2008 г., 312 с.

Съдържанието на тази книга – Десет есета, от водещи икономисти, анализиращи, новите насоки в икономическите поддисциплини пред лицето на съвременните икономически предизвикателства, предоставя широк поглед върху промените, на които е подложена икономическата наука.

Есетата представляват изобретения и открития в сферите на информацията, макроикономиката, държавните политики, международната политика и развитие, финансите, бизнеса, договорните отношения, правото, хазарта и правителствата, така, както тези сфери на изследване преминават през различните фази на научния процес. Като цяло есетата предлагат на читателя балансиран поглед към различните полета на дейност, подходи и измерения, съставляващи бъдещите насоки в икономическата теория и практиката.

Пространното въведение от редакторите не само обобщава и прави преглед на изводите от представените в книгата есета, но разглежда и начина по който се осъществява научният прогрес, като специално се спира на икономиката и финансите. Есетата са систематизирани в четири части: информационно-поведенческата икономика и финансиите (**част I**); макроикономиката и обществените политики (**част II**); международна търговия и развитие (**част III**); договори, закон и хазарт (**част IV**).

Интерес представлява предговора от Пол А. Самюелсън, озаглавен „Подслушване на бъдещето?”, който завършва с думите...”Пробвайте новото. Може дори да се окаже, че ви е от полза”.

Списание “Икономика и управление” е издание на Стопанския факултет при ЮЗУ “Неофит Рилски” – Благоевград. То е с периодичност 4 броя годишно. Неговото разпространение се извършва чрез абонамент на адреса на редакцията. Цената на 1 брой е 6 лв.

ИЗИСКВАНИЯ КЪМ АВТОРИТЕ

1. Публикациите да бъдат в обем до 10 страници, включително резюме, илюстративен материал, таблици, фигури и използвана литература.
2. Да се приложат, в превод на английски език заглавието, името/имената на авторите, абстракта и ключовите думи.
3. Фигурите, графиките и таблиците да се представят и като отделни файлове.
4. Списъкът на литературата да съдържа само цитираните в текста източници. В текста да се посочват в скоби името на автора и годината на издаване на цитирания труд, които в литературата да се подреждат по азбучен ред.
5. Да се следва следната примерна структура на статиите: автор (на български и английски език); точно наименование на организацията, в която работи, адрес и телефон; заглавие на български и английски език; абстракт и ключови думи на български и английски език; увод; материал и методи, използвани при разработката; резултати и обсъждане; изводи; литература.
6. Публикациите да се представят хартиен и електронен носител, във формат А 4, шрифт Times New Roman, размер 12 pt, разстояние между редовете 1,5. Да не се прави сричкопренасяне.
7. Качеството на предоставените за публикуване материали е отговорност на авторите.
8. Получените ръкописи не се връщат на авторите.
9. Списание то се издава с финансовата подкрепа на авторите, поради което за публикуването на всяка статия се заплаща сумата от 30 лв.
10. За представяне на актуални публикации и за публикуване на рецензии и отзиви за научни трудове се заплащат 20 лв.

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
научно списание

Изд. Стопански факултет
При ЮЗУ “Неофит Рилски” - Благоевград

Тираж: 150 бр.
Предпечатна подготовка: Лъчезар Гогов

ISSN: 1312-594X

Печат: Документен център “Авангард” - София