

ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

*Economics and
Management*



Югозападен университет "Неофит Рилски"
Стопански факултет
Благоевград

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

Главен редактор

проф. д-р Чавдар Николов

Зам. гл. редактор

доц. д-р Рая Мадгерова

Редакционна колегия

проф. д-р Георги Л. Георгиев
доц. д-р Георги П. Георгиев
проф. 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)
проф. Пауло Агуаш
(Факултет по Мениджмънт, гостоприемство
и туризъм на Университета на Алгарв, Португалия)
проф. Хосе Антонио Консейшо Сантош
(Факултет по Мениджмънт, гостоприемство
и туризъм на Университета на Алгарв, Португалия)
доц. д-р Стефан Бойнец
(Университет в Приморска
Факултет по мениджмънт – Копер, Словения)
Академик Татяна Константинова
(Директор на Института по екология и
география на Академия на науките, Молдова)
доц. д-р Ченгиз Демир
(Факултет по икономика и административни
науки, Университет ЕГЕ, Измир, Турция)

Отговорен редактор

доц. д-р Десислава Стоилова

доц. д-р Преслав Димитров

Коректор:

Любов Иванова

Радка Андасарова

Технически редактор и дизайн

Лъчезар Гогов

Chief Editor

Prof. Dr. Chavdar Nikolov

Deputy Chief Editor

Assoc. Prof. Dr. Raya Madgerova

Editorial Board

Prof. Dr. Georgy L. Georgiev
Assoc. Prof. Dr. Georgy P. Georgiev
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)
Prof. Paulo Águas
(The School of Management, Hospitality
and Tourism of The University of Algarve, Portugal)
Prof. José António Conceição Santos
(The School of Management, Hospitality and
Tourism of The University of Algarve, Portugal)
Assoc. Prof. Dr. Stefan Bojnec
(University of Primorska
Faculty of Management Koper – Slovenia)
Acad. Tatiana Constantinova
(Dir. of the Inst. of Ecology and Geography
of Academy of Sciences of Moldova)
Associate Prof. Dr. Cengiz Demir
(Faculty of Economics and Administrative
Sciences EGE University, Izmir, Turkey)

Production Editor

Associate Prof. Dr. Desislava Stoilova

Associate Prof. Dr. Preslav Dimitrov

Spelling Corrector

Lyubov Ivanova

Radka Andasarova

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 – Международен книгообмен – Москва, Россия; Институт научной информации по общественным наукам Академии наук РФ – Москва, Россия.

Адрес на редакцията:

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

Editor's office address:

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

ИКОНОМИКА

И

УПРАВЛЕНИЕ



ECONOMICS

&

MANAGEMENT

НАУЧНО СПИСАНИЕ НА СТОПАНСКИЯ ФАКУЛТЕТ

ПРИ ЮЗУ “НЕОФИТ РИЛСКИ” – БЛАГОЕВГРАД ГОД. IX, №2, 2013

JOURNAL FOR ECONOMICS AND MANAGEMENT SCIENCE OF

FACULTY OF ECONOMICS–SOUTH-WESTERN UNIVERSITY –

BLAGOEVGRAD VOL. IX, №1, 2013

СЪДЪРЖАНИЕ

CONTENTS

КЪМ ЧИТАТЕЛИТЕ

1 TO OUR READERS

МАКРОИКОНОМИКА

MACROECONOMICS

НЕДЯЛКО НЕСТОРОВ

2 *NEDIALKO NESTOROV*

ПОКАЗАТЕЛЯТ БРУТЕН ВЪТРЕШЕН
ПРОДУКТ /ОБЗОР/

THE INDICATOR GROSS DOMESTIC
PRODUCT /SURVEY/

ФИНАНСИ

FINANCE

АРДИАН ДУРМИШИ

12 *ARDIAN DURMISHI*

ФИСКАЛНИТЕ ЦЕЛИ НА АЛБАНИЯ

THE FISCAL GOALS OF ALBANIA

ТУРИЗЪМ

TOURISM

ВЯРА КЮРОВА
РАЙНА ДИМИТРОВА

22 *VYARA KYUROVA*
RAYNA DIMITROVA

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ВЛИЯНИЕТО НА
МАРКЕТИНГОВИЯ ПОТЕНЦИАЛ ВЪРХУ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА
ХОТЕЛИЕРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

RESEARCH ON THE IMPACT OF THE
MARKETING POTENTIAL ON THE
COMPETITIVENESS OF HOTEL
ENTERPRISES

ХРИСТИНА БОЙЧЕВА

32 *HRISTINA BOYCHEVA*

ВРЪЗКА НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА
ОТГОВОРНОСТ С
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА
ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

THE LINK BETWEEN CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE
TOURISM DESTINATION
COMPETITIVENESS

ИНОВАЦИИ

ВИКТОРИЯ КАЛАЙДЖИЕВА

39

АНАЛИЗ НА ИНОВАЦИОННАТА
АКТИВНОСТ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ
ИНДУСТРИАЛНИЯ СЕКТОР В БЪЛГАРИЯ

INNOVATIONS

VIKTORIA KALAJDJEVA

ANALYSIS OF THE INNOVATION
ACTIVITY OF THE ENTERPRISES IN THE
INDUSTRIAL SECTOR IN BULGARIA

ВЪНШНА ПОЛИТИКА

АННА ХРИСТОВА

53

ВЪНШНОПОЛИТИЧЕСКИ ИЗМЕРЕНИЯ НА
ПОЛИТИКАТА ПО
ОКОЛНА СРЕДА НА ЕС

FOREIGN POLICY

ANNA HRISTOVA

FOREIGN POLICY DIMENSIONS OF THE
ENVIRONMENTAL POLICY OF THE
EUROPEAN UNION

ОБРАЗОВАНИЕ

ЦВЕТАНА К. АНТИПЕШЕВА

60

ОБРАЗОВАТЕЛНИ ТЕНДЕНЦИИ В
ОБУЧЕНИЕТО ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
(Национални и регионални аспекти)

EDUCATION

TSVETANA K. ANTIPESHEVA

EDUCATIVE TENDENCES IN THE
TRAINING ON ENTREPRENEURSHIP
(National and regional aspects)

**АКУЛИНА СТЕФАНОВА
СТОЙЧО СТЕФАНОВ**

66

МЯСТОТО НА НЕФОРМАЛНОТО
ОБУЧЕНИЕ В
УЧЕНЕТО ПРЕЗ ЦЕЛИЯ ЖИВОТ

**AKULINA STEFANOVA
STOYCHO STEFANOV**

THE PLACE OF INFORMAL LEARNING IN
THE LIFELONG LEARNING PROCESS

НОВИ КНИГИ

69

NEW BOOKS

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

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



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

Всички права върху публикуваните
материали
са запазени.

Възгледите на авторите изразяват
личното им мнение и не ангажират
редакцията на списанието.

Уважаеми читатели,

На Вашето внимание е списание "Икономика и управление". Списанието е печатен орган на Стопанския факултет при Югозападния университет "Неофит Рилски" – Благоевград и издаването му е свързано с повнататъшното развитие и обновяване на научните изследвания и учебния процес във Факултета в контекста на членството на България към Европейския съюз. Стопанският факултет вече второ десетилетие се изявява като център за образователна, научна и научно-приложна дейност в Югозападна България.

Тъзи 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

Докторант НЕДЯЛКО НЕСТОРОВ
ИНСТИТУТ ЗА ИКОНОМИЧЕСКИ ИЗСЛЕДВАНИЯ –
БЪЛГАРСКА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ

**ПОКАЗАТЕЛЯТ БРУТЕН ВЪТРЕШЕН ПРОДУКТ
/ОБЗОР/**

**THE INDICATOR GROSS DOMESTIC PRODUCT
/SURVEY/**

PhD Student NEDIALKO NESTOROV
ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE –
BULGARIAN ACADEMY OF SCIENCES

Abstract: This article presents an historical overview of the indicator GDP. It contains main criticisms of GDP. Discussed are the main conclusions of the working groups involved in the strategic development of macroeconomic statistics.

Key words: gross domestic product; sustainable development, economic growth.

Увод

Брутният вътрешен продукт (БВП) е един от най-разпространените макроикономически показатели. Днес на близо осемдесет години той е и един от най-дискутираните икономически категории. От десетилетия БВП е подложен на усилена критика по отношение на включените фактори и неоценяваните процеси при неговото изчисляване. Оспорва се и митът, че той успешно изпълнява ролята на измерител на растежа.

Целта на настоящата статия е да се направи исторически преглед на развитието на показателя и да се открият проблемите по отношение на изчисляването и съдържанието му. За постигане на поставената цел следва да бъдат решени три задачи: Първо, да се изследва и анализира развитието на показателя БВП в исторически план. Второ, да се обективизират проблемите, които оказват въздействие върху същността и изчисляването на показателя. Трето, да се представят концепции относно бъдещето на БВП.

Същност на БВП

В настоящия етап от нашето развитие показателят брутен вътрешен продукт се формира въз основа на данните от системата на националните сметки (СНС). Установени са два стандарта, на които се базира функционирането на „националното счетоводство“. В световен мащаб основна е методиката, съставена от статистическата комисия на ООН¹. Там брутният вътрешен продукт се представя само чрез сборовете от трите подхода за изчисляването му. Съответно производствен, доходен и разходен подход.

Вторият стандарт се основа на СНС2008. Като за целите на статистиката в Европейския съюз, Евростат съставя „Европейски статистически сметки 2010“(ЕСС2010). Европейският стандарт е задължителен за всички страни, прилагащи правилата на Европейската статистическа служба от 1 октомври 2014г. Той определя показа-

¹ Последна е ревизията от 2008г. – СНС2008

теля по следния начин: „Брутният вътрешен продукт по пазарни цени е крайният резултат от производствената дейност на резидентните производствени единици.“ [Европейски парламент, 2013]

История / Еволюция / Развитие на БВП

След Голямата депресия и Втората световна война се утвърждава идеята за брутния вътрешен продукт. Той е възприеман като мярка за общото благосъстояние на страната, статистиката, която да се сложи край на групите от статистически показатели. Използването му се разпространява бързо и се превръща в индикатор на миналия век. Но в днешния глобализиран свят става все по-очевидно, че БВП е твърде тесен за тези трудни икономически времена.

През 1934 г. американският икономист Саймън Кузнец е оглавяващ Националното бюро за икономически изследвания на САЩ. В своя доклад пред Американския конгрес „Национален доход 1929-1932“ Кузнец представя първоначалната формулировка на брутния вътрешен продукт. Идеята му е „да обхване всички икономически аспекти на производство от физически лица, фирми и правителството в една единствена мярка. Тя би трябвало да се увеличи в добри времена и да спадне в лоши.“ [73^d Congress, 1934]

Международното утвърждаване на показателя идва през 1944 г. С конференцията в Бретън Уудс, се създават международни финансови институции като Световната банка и Международния валутен фонд. БВП се превръща в стандартен инструмент за „оразмеряване“ на икономиката на дадена страна.

Стандартизацията и международното разпространение се утвърждава от ООН. В 1953 г. се публикува първото издание на „Системата от национални сметки“. Стандартът съдържа основните

таблици и указания за „водене“ на националното счетоводство. В резултат от изчисленията в системата се оценява размера на брутния вътрешен продукт на съответната държава.

Не закъсняват и критиките. Икономистът Мозес Абрамович е един от първите опоненти. През 1959 г. той поставя въпрос дали резултатите от БВП са точен измерител на общото благосъстояние на обществото. Той предупреждава: „ние трябва да бъдем силно скептични, че дългосрочните промени в темпа на нарастване на благосъстоянието могат да се отразят, дори и грубо от промените в скоростта на растеж на производството“ [Abramovitz, 1959].

През 1962 г. Артър Оукън, икономист от личния съвет на американския президент – Джон Ф. Кенеди, извежда „Закон на Оукън“. В него се твърди, че с всяко 3-пунктово нарастване на БВП, безработицата ще спадне с 1 пункт. Икономическата теория извежда постулата: Запазете растежа на икономиката и всичко ще бъде наред.

През 1972 г. Джигме Синге Уангчук е обявен за крал на Бутан. Той декларира, че целта му не е да се увеличи БВП, а брутното национално щастие. „Същността на философията на Брутното национално щастие е мирът и щастieto на нашия народ, сигурността и суверенитета на нацията“ [Pico Iyer, 2006]. До днес „Щастливият“ индекс е официално утвърден само в Бутан.

През юни 1978 г. във Великобритания икономически вестник се отпечатва публикация на Ървинг Кравис, Алън Хестън и Робърт Съмърс. Те съставят първите оценки на БВП на глава от населението. Съдържат се данни за повече от 100 страни.

Години по-късно икономистът от ООН Махбуб Ул Хак убеждава бъдещия Нобелов лауреат Амартя Сен да се създаде „индекс който е вулгарен както БВП, но да бъде по-подходящ за

собствения ни живот" [Gertner, 2010]. В тази връзка през 1990 г. Организацията на обединените нации стартира индекс на човешкото развитие, който измерва фактори като образование, равенството между половете и здраве.

През 1991 г. Брутният вътрешен продукт печели войната срещу сродния показател Брутен национален продукт (БНП). Съединените щати обявяват, че изоставят оценките на БНП и занапред ще използват само БВП като измерител на производството. „Разликата между двата показателя е, че БВП отчита произведеното на дадена територия, независимо кой е собственика на предприятията и капитала, а БНП произведеното по цялата планета със собствеността на хора от дадена нация. (...) БВП става популярен през 90-те, което е естествено, тъй като той укрива истинският печеливш от глобализацията" [Bairoch, 1993].

През 2000 г. Стивън Лендфид, като директор на Американското бюро за икономически анализи, заявява „БВП е едно от най-големите изобретения на 20^{ти} век" [Landefeld, 2000].

През 2006 г. започва нов период на разбиранията за БВП. Спукването на балона „Дотком“ и атаките от 11^{ти} септември, изпращат икономиката на САЩ във временна паника. По време на последващото възстановяване, се случва нещо неочаквано. „Въпреки че БВП нараства между 2002г. и 2006г., доходите на физическите лица спадат" [Gaither, 2006].

През същата година Китай създава нов индекс – „зелен БВП" – мярка на националната икономическа продукция, която отчита екологичните фактори. „Първият доклад установява, че ако вредите за околната среда са били отчетени, то китайският БВП за 2004 щял да бъде с 3% по-нисък" [Тодоров, 2008].

През ноември 2007 г. Европейската комисия, Европейският парламент, Римският клуб, организацията Световен

фонд за дива природа и Организацията за икономическо сътрудничество и развитие организират конференция на високо равнище на тема: „Отвъд БВП"¹. Основната цел е изясняване кои са най-подходящите показатели за измерване на напредъка и как те да бъдат интегрирани в процеса на вземане на решения. Участие вземат над 650 души от икономическата, политическата, социалната и екологичната сфера.

През 2008 г. правителството на САЩ започва финансирането на държавна програма за създаване на "ключова национална индикаторна система" със множество нови пунктове, за да се добави нюанс към стандартната БВП статистика.

Отново през 2008 г. френският президент Никола Саркози натоварва група икономисти, начело с Нобеловият лауреат Джоузеф Стиглиц, с призив за „край на фетишизма – БВП".

Според решенията на конференцията „Отвъд БВП" през август 2009г., Европейската комисия публикува своята „Пътна карта за действие – Отвъд БВП: Измерване на напредъка в един променящ се свят". Документът съдържа насоки за развитие на макро-икономическата статистика. Той заляга в основите на новия стандарт – „ЕСС2010".

На 15^{ти} ноември 2010 г. правителството на британския премиер Дейвид Камерън обявява, че за първи път ще се въведе проучване на щастието в допълнение към другите икономически мерки.

На 13^{ти} март 2013 г. Европейската комисия приема резолюция за утвърждаване новия стандарт за функциониране на националните статистически сметки – „ЕСС2010". В текста на нормативния акт пише: „Необходимо е да се работи активно по методологическите проучвания и проверките на данните (...) с цел

¹ Наименованието се среща и като „БВП и отвъд него".

разработване на по-всеобхватен подход за измерване на благосъстоянието и напредъка, за да се насърчава развитието на интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж.”

В България приложението на brutния вътрешен продукт започва с внедряването на системата на националните сметки през осемдесетте години на миналия век. Главната причина е „осъществяването на съвместен проект между Статистическото бюро на ООН и Постоянната комисия по статистика към бившия Съвет за икономическа взаимопомощ” [Цветков, 2008]. В изпълнение на целите на проекта, българската и финландската статистика са натоварени с две основни задачи. Чрез внедряване на системата на националните сметки да се разработи преходен ключ, показващ връзките между отраслите и дейностите в Международната стандартна отраслова класификация, прилагана от страни с пазарна икономика и Класификацията на отраслите на народното стопанство, прилагана от страни с централно-планова икономика. Втората задача е съставяне на експериментални разчети на основните макроикономически показатели по Системата на материалния продукт и по СНС.

През 1990 г. Централното статистическо управление на България взема решение за цялостно внедряване на СНС. За да се осигури необходимата приемственост в началния етап на преходния период (1990-93г.) основните макроикономически показатели се пресмятат едновременно по двете системи.

През 1993 г. се подписва споразумение за сътрудничество между Националния статистически институт (НСИ) и Евростат. С тази договореност са приема изпълняването на европейските регламенти в областта на статистиката. Нивото на българската статистическа служба е видно и от

процеса за присъединяване на България към Европейския съюз. През октомври 2000г. е отворена преговорна глава „Статистика”. Условието по нея са отчетени като изпълнени и през декември същата година главата е затворена.

Българската статистическа служба е поставена пред ново предизвикателство. До 1^{-ви} октомври 2014г. трябва да бъде внедрен най-новият стандарт на Евростат за национално счетоводство – Европейски статистически сметки 2010.

Днес в електронния портал на НСИ са достъпни годишните и тримесечните стойности на БВП от 1995 г. насам.

Критики на БВП

Една от най-силните критики на показателя брутен вътрешен продукт идва извън научните среди. Тя намира място в речта на кандидата за президент Робърт Кенеди в Университета в Канзас, на 5 март 1968г.: „Нашият брутен вътрешен продукт сега е 800 млрд. долара годишно, но този брутен вътрешен продукт включва замърсяването на въздуха, рекламата на цигари и линейките, които разчистват трупове по магистралите. Той отчита специалните ключалки на вратите ни и затворите за хората, които ги разбиват. Отчита разрушаването на горите от секвои и загубата на нашите природни чудеса в хаотичното застрояване. Отчита напалмът, отчита ядрените бомби и бронираните коли за полицията, която потушава бунтовете в нашите градове. Отчита винтовката на Уитман и ножът на Шпек, и телевизионните програми, които прославят насилието, за да продават играчки на нашите деца. Но brutният вътрешен продукт не се интересува от здравето на нашите деца, от качеството на тяхното образование или радостта в тяхната игра. Той не включва в себе си красотата на поезията ни или стабилността на нашите

семейства, интелигентността в публичния ни дебат или отдадеността на публичните ни служители. Той не измерва нито смелостта ни, нито мъдростта ни, нито това което учим, нито нашето състрадание, нито предаността към нашата държава. Накратко той измерва всичко, освен онова, заради което си струва да се живее" [Marks, 2011].

Множество чуждестранни и български учени изразяват критични мнения относно брутният вътрешен продукт. „БВП е широко използван показател (международен стандарт) за измерване на икономическата дейност и неговото изчисляване, при което съществуват ограничения и са допуснати условности, се нуждае от прецизиране. (...) Учените и анализаторите не биха били толкова категорични в изводите си, ако отчетат ограниченията на използваните от тях показатели; бизнесът би бил по-точно ориентиран в дейността си, медиите в отразяването на съответните явления и събития, а населението ще разбира по-добре действителната социално-икономическа картина и възможностите за в бъдеще" [Рангелова, 2010].

Коментаторите и политиците някак рутинно търсят положителни числа за БВП, като доказателство за икономически растеж и създават представа, че стандартът на живот се подобрява.

В подобна връзка са и други мнения. "На практика обаче се оказва, че ако всяка страна се разглежда като самостоятелен икономически организъм очевидно е, че измерването на нейния икономически капацитет само с помощта на брутният вътрешен продукт е нерационално, защото той представя частично резултатите в процеса на икономическото производство и не може по никакъв начин да отрази цялостната картина" [Тодоров, 2008].

Една ретроспекция представя Уилям Нордхаус от Йеилския университет. "Ако

искате да знаете защо БВП предизвиква толкова въпроси, можете просто да се поставите обратно в трийсетте години, когато няхаме представа какво се случва с нашата икономика " [Nordhaus, 2007].

Критиките на учените могат да се обособят в три основни групи. В първата част попадат мнения относно очакванията и тълкуванията на показателя. Втората група съдържа критика по невключените фактори при изчисляване на БВП. Трета част са съображенията относно оценките на включените фактори.

Критики към очакванията и тълкуванията на БВП

Една от най-често дискутираните теми е доколко БВП може да служи за мярка на растежа на една страна. „БВП не измерва икономическото благосъстояние в дадена страна, а пазарната дейност (...) Крайната цел на икономическата дейност на хората, изразена чрез икономическия растеж, е не просто увеличаване на производството като самоцел, а повишаването на тяхното благосъстояние. Но благосъстоянието е комплексно понятие. То включва и други субективни елементи като чувство за комфорт, здраве, добро самочувствие, щастие и т.н." [Рангелова, 2010]. Европейският комисар по климата Кони Хедегор заявява: „БВП изживя времето си, нужен ни е по-интелигентен модел на растеж. (...) Това може да означава да преминем от БВП към по-широкообхватни индикатори за благосъстояние и да обвържем природните ресурси с икономическа стойност" [Harvey, 2012].

През 2008 г. Джери Удуърд в своята статия „Три причини да бракуваме БВП" помества следното разсъждение: „Високият растеж на БВП не означава непременно стабилна икономика, тъй като БВП не измерва дългосрочната

устойчивост на растежа. Какъв е смисълът на измерване на растежа, ако не можем да кажем дали този растеж е устойчив в дългосрочен или дори средносрочен план?" [Woodard, 2008]. В същата статия той продължава разсъжденията си относно БВП и благосъстоянието на живот на обикновения човек. „Животът е повече от това, което се случва в офиса. (...) Благосъстоянието на една страна не може да се сведе единствено до измерванията на производството и потреблението. Показатели като продължителност на живота, детската и майчината смъртност, образование, грамотност и общественото здраве са само някои от най-важните променливи, които са игнорирани от формулата за изчисляване на БВП" [Woodard, 2008].

Въз основа на теоретичните постановки установяваме, че показателят брутен вътрешен продукт пропуска да покаже от къде се финансира икономиката. Потребителските разходи участват в БВП чрез разходния подход. Те от своя страна, са подигурени от разполагаеми средства. Наличните суми могат да бъдат с източник доходите на съответното лице и заемен капитал. В двата случая разполагаемите средства се изразходват и увеличават стойността на БВП. Но дали стойността му е генерирана от доходи и съответно производство или кредити и задлъжнялост?

Често стойностите на БВП на глава от населението се представят за мярка на подходящото неравенство в различните страни. „БВП не дава никаква представа и за това как се разпределя националното богатство" [Рангелова, 2010].

Критики относно невключените фактори в БВП

Втора голяма група от критики може да се обособи по отношение на фактори

които оказват влияние върху размера на БВП но не се отчитат.

Изменението в БВП през различните периоди се ползва за изчисление на икономическия растеж. За целта трябва да бъде изключено влиянието на изменението в цените. „Остава обаче условността при тези изчисления, породена от веществената аналогия на произвежданата продукция в различни години. А такава отсъства поради промяната в качествената характеристика на стоките и услугите в резултат на технологичния прогрес на обществото. Промяната на цените, предизвикана от неинфлационните фактори, изкривява представата за действителния размер на произведените количества стоки и услуги, на физическите им обеми, а това се отразява върху действителния им прираст и съответно върху показателите за икономически растеж" [Рангелова, 2010].

Отражението на качеството върху макроикономическия показател се коментират и от други автори. „Недостатък на БВП е, че той не измерва качеството на резултатите от производството. С други думи, БВП не взема предвид качеството на произведените стоки и услуги, а измерва икономическата активност на базата на тяхната текуща пазарна стойност. Богатството на обществото се натрупва по-скоро като количество, отколкото като качество" [Тодоров, 2008].

Може би най-значимият фактор, който до голяма степен остава извън статистиката на БВП, е дейността на „сивата икономика". Оценки за размера на незаконните сделки съществуват. Но без пряка отчетност е възможно значима част от добавената стойност, доходите и разходите да остават извън БВП. „Скритата икономика води до подценяване на размера на произведения БВП и надценяване на обявената инфлация и на равнището на безработица" [Рангелова, 1995].

Автори обединяват своите мнения и относно проблемите за оценка на така наречената „непазарна продукция“. Това са продуктите на домашния труд и транзакционни дейности. Тъй като те не минават през пазара не получават стойностна оценка.

Един от най-обсъжданите недостатъци на БВП е липсата на отчетност на околната среда. Една страна може да реализира значителен растеж, който да е базиран на повишено използване на невъзобновими източници. От друга страна може да бъде реализиран растеж на база иновации, повишаване на ефективността и базиране на възобновяеми ресурси. БВП не отчита разликата. „Брутният вътрешен продукт не отчита ефектите, свързани с изтощаването на природните ресурси или с отрицателните последици от замърсяването на околната среда. В същото време природозащитните разходи и разходите по ликвидиране на екологичните щети увеличават брутния вътрешен продукт, създавайки мнимо впечатление за повишаване благосъстоянието на страната“ [Тодоров, 2008]. В тази връзка Европейският комисар по околна среда Ставрос Димас заявява: „За да променим света се нуждаем от промяна в начина, по който го разбираме и трябва да направим необходимото, за да отидем отвъд брутния вътрешен продукт“ [Collins, 2009].

Критики относно оценките на включените фактори в БВП

Задълбоченият анализ на някои автори ги е довел до интересен извод. В стойността на БВП се включват фактори, които му влияят в положителна посока, но са с отрицателна стойност за обществото. Така например закупуването на повече медикаменти, лечението в болниците, производството на лекарства се свързват с влошено

здравно състояние, но коригират БВП в посока на увеличение. Аналогично е и с екологичните проблеми. Стойността на грижите за ликвидиране на бедите в околната среда е положителна за производството и отрицателна за населението.

Днес има три утвърдени метода за изчисляване на показателя брутен вътрешен продукт. Съответно производствен, на крайното използване и на доходите. Производственият способ е опит директно да се сумират произведените и реализирани стоки и услуги за крайно потребление. Стойността получена по него не трябва да се различава значимо от стойностите получени по другите два метода.

Доходният и разходният метод произлизат от разширения модел на Джон Кейнс. Според него фирмите, произвеждайки стоки, създават доход под формата на заплати, ренти, лихви и печалби. Съответно потребителите под форма на доходи ги изразходват или спестяват. От там и стойността на заплатите, рентите, лихвите и печалбите е равна на стойността на закупените стоки и услуги. Това е вярно, при положение че финансовите пазари могат да преобразуват спестяванията в инвестиции.

За близо осемдесет години моделът на Кейнс е критикуван до най-ниско ниво. От допусканията на автора, през предположенията за реакцията на потребителите, до заключенията. В същото време базираният на същия модел на брутен вътрешен продукт не търпи почти никакви промени.

Една от най-критикуваните части в модела е външният сектор. Той е дефиниран при несъществено влияние на външната търговия. Днес повечето страни са със сравнително отворени икономики. В тази връзка редица икономисти смятат, че влиянието на външнотърговските сделки не се отразява в достатъчна степен. България

е доста красноречив пример в такава посока. „От своя страна ограничените материални и човешки ресурси и слабите производствени мощности на българската икономика, съчетани със силното ѝ отваряне, предопределят голямата зависимост на икономическото развитие и растежа от външната търговия” [Тасев, 2012].

Влиянието на вноса може да се определи като пряко и непряко. Пряко е влиянието на вносните стоки при определяне на БВП по разходния метод, платежния баланс и от там външнотърговското салдо. Но влиянието може да се разгледа и по-далеч. Част от стоките се нуждаят от монтаж, поддръжка, сервиз. Все услуги, които са част от БВП, но са директно свързани с вносни изделия. От друга страна, е интересно и влиянието на вноса върху производството на допълващи и заместващи стоки. Това са само няколко примера за непряко (вторично) влияние. БВП отчита само част от прякото влияние. Така например, ако при равни други условия вноса и износа едновременно се изменят в една посока с една и съща сума, то БВП ще остане константен. В тази ситуация е видно, че в икономиката протичат процеси, но БВП ще остане „безразличен” към тях.

Може би търсенето само на един показател за характеризиране на цялата икономика е невъзможна задача. Ако се направи аналогия между националното и фирменото счетоводство може по-ясно да се види това. Разглеждането на само един показател за едно предприятие не би могло да допринесе достатъчно информация. Така например разглеждането отделно само на печалба само разходи или само приходи крие риск от неправилни заключения. Фирмата би могла да реализира голяма печалба. Но сравнена с оборота, да се окаже, че е незначима. Аналогично разглеждането само на приходите може да доведе до добра представа. Но една неефективна

дейност може да реализира по-високи разходи от ползите.

През последните години са се състояли две авторитетни международни конференции по проблемите на БВП. В резултат на проведената през 2007 г. конференция „Отвъд БВП”, през 2009 г. работната група публикува своята „пътна карта - Отвъд БВП - Измерване на напредъка в свят на промени”. Документът съдържа заключенията от работата на комисията и насоки за пет действия.

Първото от тях е да се „допълни показателя БВП с екологични и социални показатели”. Задачите тук са опит да се отговори на критиките за БВП по отношение на невключените природни и социални фактори.

Втората стъпка заляга на „най-актуална информация за вземане на решения”. Тя акцентира на възможностите на новите технологии за автоматизиране на регистрацията на събития, свързани със системата на националните сметки. В резултат се очаква съкращаване на времето от регистрация на процесите до произвеждането на информация за икономиката, от там и вземането на навременни решения.

Следващите препоръки в пътната карта са относно по-точно отчитане на разпределението на благата и социалното неравенство. Дава се пример, че дори ако БВП на глава от населението в дадена държава расте, броят на застрашените от бедност може да се увеличава. Описват се дейности по разработване на европейски информационен регистър за устойчиво развитие. Както и включване в националните сметки на екологични и социални въпроси. Насоките от пътната карта стоят в основите на последвалата ги ревизия на Европейските статистически сметки – 2010.

Друга научна работна група е „Комисията за измерване на икономическите резултати и социалния напредък”, останала в литературата и

като „Стиглиц-Сен-Фитуоси“. През септември 2008 комисията издава доклад, който представя изчерпателен списък с предложения, някои методически и някои философски, за измерване на напредъка на нациите през 21. век, съдържащи се в 12 препоръки. Комисията заставя зад две основни критики на БВП. „Самата икономическа мярка следва да показва по-добре индивидуалностите. (...) Всяка страна трябва да прилага и други показатели, за да улови това, което се случва в икономиката, в т.ч. социално и екологично“ [Gertner, 2010]. Запитан в неформален разговор, Джоузеф Стиглиц коментира метафорично БВП: „В крайна сметка държавата е като един автомобил. На таблото му има информация само за скоростта, с която се движи. А шофьорът би искал да знае колко километра е минал, колко гориво му остава. Въпросът е: Колко мерки извън БВП? Колко циферблати ще са нужни на новото инструментално табло?“ [Gertner, 2010]. Комисията достига до заключение, че за оценка на качеството на живот се изискват показатели от най-малко седем категории: здравеопазване, образование, околна среда, заетост, материално благосъстояние, междуличностна свързаност и политическа ангажираност. Посочва се също, че всяка нация трябва да започне оценяването на своя „собствен капитал“, тоест разпределението на материалното богатство и други социални стоки, както и неговата икономическа и екологична устойчивост.

И двете работни групи отчитат недостатъците на БВП, но в същото време не коментират пряко начините за негово усъвършенстване. Те отиват по-далеч, но в друга посока – дефинират потребността от нови индикатори и предлагат допълнения в системата на националните сметки.

Предложения за усъвършенстване на БВП

Наред с критиките някои учени включват по-широк спектър от предложения за държавни индикатори. Едни от авторите залагат на вероятностни показатели с включени прогнози. „Можем да развиваме икономически показатели, които не са просто изоставащи таблици за това, което се консумира и произвежда през миналата година, но вместо това са комплексни и водещи показатели накъде отиват нашите общества“ [Woodard, 2008].

Други автори се основават на успешния механизъм, залегнал в индекса за човешкото развитие. А именно така наречените композитни индекси. „Това са производни оценки, получени на база няколко статистически показатели. Композитните оценки обогатяват възможностите за анализ. Тяхната роля нараства с интензифициране на изучаването на ролята на така наречените неикономически (социални, културни, политически и др.) фактори за икономически растеж и свързаните с него нови модели на растежа“ [Рангелова, 2010].

Заключение

Показателят брутен вътрешен продукт е дефиниран във време, в което не са били ясни процесите в икономиката. След утвърждаване лидерството на Кейнсианският модел, започва и „господството“ на БВП. В последните години в невъзможността си икономистите да предложат еднозначен отговор за процесите в икономиката, виждат безсилието на БВП. Той е критикуван като показател, както за това което включва, така и за това което не отразява.

Най-непосредственият отговор на критиките е, че БВП не е бил предназначен да бъде измерител на качеството

на живот или за цялостния успех на една държава. Но точно в това се е превърнал. Като гражданин всеки има пълното право да настоява за точен анализ за това как икономиката и обществото функционират.

В последните години се провеждат политико-научни форуми за дискусии относно проблемите на макро-икономическите индикатори. Редица водещи страни провеждат активни

стъпки за организиране на по-пълна статистическа картина на своите държави.

По всяка вероятност доминирането на БВП ще приключи не когато хората осъзнаят, че не отразява това, което желаят, а когато се предложи нов показател или система от показатели, които да характеризират по-успешно социално-икономическите процеси в една страна.

ЛИТЕРАТУРА

- Европейски парламент, Регламент (ЕС) № 549/21.05.2013.
- Рангелова, Р. Брутният вътрешен продукт като измерител на икономическия растеж - методологични особености и тенденции // Икономически изследвания №4, 2010.
- Рангелова, Р. За достоверността на показателя брутен вътрешен продукт в България // Статистика №3, 1995.
- Тасев, А. Външнотърговският стокообмен и външните пазари на България. История, политика и икономика 1986-2008. АИ „Проф. Марин Дринов“ София, 2012.
- Тодоров, Т., За някои несъвършенства на показателя брутен вътрешен продукт // Диалог, №4 2008.
- Цветков, С. Мишев, Г., Статистика за икономисти, Стопанство, 2008.
- 73d Congress, National Income 1929–1932, Senate document №124, 1934.
- Abramovitz, M. The welfare interpretation of secular trends in national income and product, Bernard Francis Haley, 1959.
- Bairoch, P. Economics and World History: Myths and Paradoxes, University Of Chicago Press, 1993.
- Collins, S. Next to 'look beyond GDP'? // Europolitics, 6.10.2009.
- Gaither, C. Chmielewski, C. Fears of Dot-Com Crash, Version 2.0 // Los Angeles Times, 16.7.2006.
- Gertner, J. The Rise And Fall Of The G.D.P. // The New York Times Magazine, 16.5.2010.
- Harvey, F. Use Rio+20 to overhaul idea of growth, urges EU climate chief // Guardian, 6.2.2012.
- Iyer, P. Time Magazine's 100 People Who Shape Our World 2006: King Jigme Singye Wangchuk // Time Magazine, 8.5.2006.
- Landefeld, J. GDP: One of the Greatest Inventions of the 20th Century // Survey of Current Business, 80(1) 2000.
- Marks, N., The Happiness Manifesto: how people and nations can nurture well-being, Ted, 2011.
- Nordhaus, W. The Stern Review on the Economics of Climate Change // Yale University, 3.5.2007.
- Woodard, J. Three Reasons to Scrap GDP // Sun, 6.4.2008.

АРДИАН ДУРМИШИ

ФИСКАЛНИТЕ ЦЕЛИ НА АЛБАНИЯ

THE FISCAL GOALS OF ALBANIA

ARDIAN DURMISHI

Abstract: The purpose of this paper is to mark the main problems of the management of government debt in the Republic of Albania. A review of the actual state of the debt is made. The analysis attempts to develop the main approaches for a debt reduction to an acceptable ratio. Fiscal rules for effective debt management are considered as the macroeconomic characteristics of the country are taken into account.

Key words: government debt, debt ratio, fiscal rules, total government expenditure

Въведение

В преобладаваща част от модерните и нововъзникващите пазарни икономики се използва данъчния метод за смекчаване на основните недостатъци на фискалната политика, фискален дефицит и процикличността. От практиката се потвърждава, че по пътя на налагането на фискални правила могат да подобрят фискалните резултати. Но, с тези правила не може да се замени основополагащия ангажимент за спазване на стриктна финансова дисциплина.

В последното десетилетие фискалната политика на Албания е доста предпазлива, както се вижда от общото намаляване недържавния дълг към БВП. Но, ръстът на заемите на правителството с цел финансиране на големи инвестиционни проекти и забавянето на растежа през последните години формират неблагоприятна тенденция в динамиката на показателя, който изразява съотношението на дълга към БВП. В перспектива това съотношение се очаква да остане високо, което прави Албания уязвима за неблагоприятни шокове. Ето защо, редуцирането на стойностите на този показател следва

да бъде приоритет на провежданата фискална политиката. Въпреки че е трудно да се посочат оптимални стойности, до които да се намали дълга, предпазливият подход предполага неговото намаляване до стойности, които са по-ниски от 50% от БВП. Като отправна точка би могъл да се приеме и маастрихтския критерий за дълг – 60% от БВП. За да се постигне успешно това, следва да се реализира допълнително трайно укрепване на публичните финанси.

Един от вариантите е да се въведат правила за извършване на публичните разходи. Като се имат предвид някои от слабостите на нормирането на разходите, необходимо е то да се комбинира с механизъм за обратна връзка. По този начин ефективно ще се коригира неблагоприятното развитие на съотношението на дълга, което най-често се появява в резултат от слаби приходи или други фактори.

Алтернативен вариант е управлението на масата на дълга. В резултат от процесите на догонване се очаква ръстът на държавния дълг на Албания да остане сравнително висок в средносрочен план. Ето защо съотношението на дълга може да бъде

намалено значително, без да е необходимо да се намалява номиналната стойност на държавния дълг. Това може да се постигне, като номиналния растеж дълга се ограничава под номиналния ръст на БВП, коригирани с евентуалните неблагоприятни ефекти на лихвените проценти и движението на валутния курс по валутата на дълга.

Състояние на държавния дълг на Република Албания и възможности за управление

От започването на икономическите реформи в началото на 1990 г. Албания прилага стандартните условия на МВФ. Така границите на правителствените нетни вътрешни заеми и изгодните външни заеми допринасят за стабилната фискална политика на Албания. Правителствата успешно приключват фискалните си програми, подкрепяни от МВФ. В условията на разширяващ се достъп до международните капиталови пазари, възниква въпросът дали не е по-добре да се възприеме алтернативен механизъм за насърчаване на стабилна фискална политика и бюджетна дисциплина.

В някои литературни източници се разглеждат възможностите специално разработени данъчни правила да допринесат за стабилна фискална политика и бюджетна дисциплина.¹ При разработването на фискалните правила, е необходимо да се вземат предвид макроикономическите специфики на Албания и свързаните с тях ограничения. На първо място, съотношението на държавния дълг на Албания към БВП е относително високо, в сравнение с други страни с ниски доходи и нововъзникващи пазари. Ето защо то следва да бъде

намалено. Така при формулиране на фискалните правила трябва да се осигурят условия за устойчиво намаляване на публичния дълг. Като се има предвид, че се очаква относително бърз растеж на БВП в резултат на процесите на догонване, не е необходимо намаляване на номиналната стойност на дълга. На второ място, тъй като няма надеждна оценка на потенциалното производство, използването на данъчни регулации въз основа на структурните фискални показатели се свързва с редица рискове и проблеми. Трето, трябва да се вземат предвид възможните шокове върху производството и финансовия сектор. Необходимо е също да предвиди известна степен на гъвкавост, съвместима с поддържането на доверието в правовата и финансовата дисциплина. И накрая, като се има предвид значението на повишаване на доверието в пазара, фискалните правила трябва да бъдат сравнително прости и прозрачни, да се следи за спазването им и да се повиши контрола върху действията на правителствата.

При конкретните обстоятелства Албания се нуждае от институционална рамка за изработването и приложението на финансови правила. От тази гледна точка се очакват трудности при постигането на политически консенсус относно необходимостта или за предпочитани функции на фискалните правила. Ето защо, подходът на правилата може да се окаже неприложим поради липсата на правно заложили данъчни правила и принципи. По-скоро нормите на дълга първоначално трябва да бъдат под формата на политически ангажменти, залагани в законите за държавния бюджет през всяка година. Един недостатък на такава договореност може да бъде липсата на приемственост. Политическият ангажимент за стабилни публични финанси е задължително

¹ Debrun, X., D. Hauner and M.S. Kumar, 2007, **The Role of Fiscal Agencies**, International Monetary Fund, Washington, D.C.

условие за успешните фискални принципи на действие.

В края на 90-те години на миналия век се реализира значително подобрене на фискалната политика на Албания. Но, уязвимостта остава. След изпълнените с множество политически и икономически събития, икономиката на Албания се характеризира със сравнително стабилно състояние и стабилни резултати. Тази тенденция става по-изразена след 2000 година. Това е прекия резултат от подобрената макроикономическа политика, включително и фискална политика.

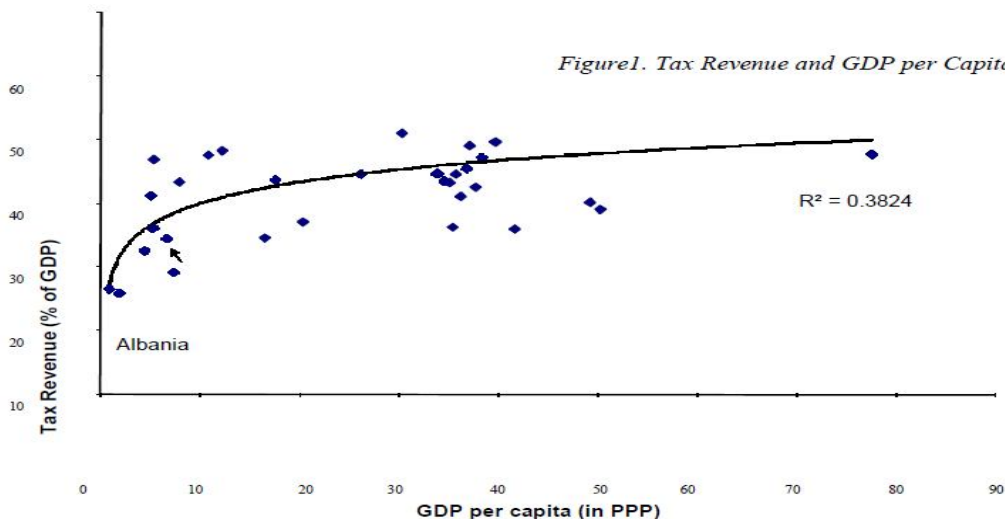
Бюджетният дефицит достигна своя пик през 1997 г., по време на рухването на финансовите пирамиди и на кризата в Косово. По това време бюджетният дефицит е бил финансиран основно чрез местен банков кредит. Въпреки това, като се започне през 1998 г., дефицитът започва да намалява постепенно, от над 10% от БВП до под 5% от БВП, след 2003 г. През следващите години местното банково финансиране на публичните заеми е намалено, което позволи на държавния дълг намаляване, след като беше достигнал своя връх от около 70% от БВП. Но държавният дълг остава над 50 на сто от БВП, което прави публичните финанси уязвими към неблагоприятни шокове. Слабият растеж през 2009 г. и значителните заеми за финансиране на публичните инвестиции увеличи съотношението на дълга до близо 60 процента през 2009 година.

След спада в началото на 2000 г., обемът на съвкупните публични

разходи остава постоянен, като се движи около 30% от БВП. Другата тенденция, която се заформя след посочената година, се изразява в трайното подобряване на събираемостта на приходите. Последното, в съчетание с повишената разходна дисциплина, допринася за намаляване на бюджетния дефицит с 6% от БВП в годините между 1998 г. и 2009 г. Безвъзмездните бюджетни средства са играли сравнително малка роля. Подобряването работата на данъчната администрация, както и опростяване на данъчната система, са главните движещи сили за подобряване състоянието на приходите.

Последното нарастване на разходите отразява най-вече временното покачване на капиталовите разходи, свързани с големи инвестиции, и не са сигнал за влошаване на публични финанси. Освен това еднократно увеличение на инвестиционните разходи с около 30 на сто от БВП, до голяма степен е благотворно за Албания. За да не се допусне голям дефицит, е необходимо нарастване на приходите.

Фигура 1 показва, че в Албания данъчните приходи като процент от БВП са в съответствие с приходите в други страни в подобен стадий на развитие. Регресионният анализ показва позитивна връзка между нарастването на БВП на човек от населението и данъчните приходи. С икономическия растеж се обяснява около 38% от растежа на данъчните приходи в бюджета.



Source: The Economist, 2008, FAD database

Варианти за фискални правила

Този раздел разглежда две възможности за фискални принципи: 1. за дълга и 2. принципи за държавните разходи. Така осигурява примерни варианти за да покаже как тези правила могат да бъдат калибрирани и как възприемането им ще намали публичния дълг.

Като страна със сравнително ниски доходи, Албания е изправена пред перспективата за бърз растеж през периода на догонване на по-напредналите страни. Ако това се реализира, бързият растеж на БВП може да осигури добра възможност за значително намаляване съотношението на дълга, без да е необходимо да се прибегне до намаляване на номиналната маса на държавния дълг. Условията, необходими за да се реализира редуциране на съотношението на дълга с течение на времето се изразяват в това, че скоростта на увеличаване на номиналната стойност на държавния дълг следва да е по-малка в сравнение с темпа на

нарастване на номиналния БВП.¹

Изразено математически, това допускане изглежда по следния начин:

$$(\Delta D / D) = \alpha (\Delta Y / Y), \text{ където } 0 < \alpha < 1, \quad (1)$$

където: D е номиналната мярка за публично задлъжняване, Y номиналния БВП и α е коефициентът за определяне колко трябва номинално дългът да нараства в процентно изражение в сравнение с растежа на номиналния БВП. По този начин, α е „коефициент на амбициозност“ на намаляване съотношението на дълга. Ако α е равен на 1, коефициентът на задлъжнялост може да се промени. Ако α е равен на нула, размерът на номиналната задлъжнялост може да не се промени.

Притеснението не е проекция на грешка, свързана с циклични колебания в номиналния БВП, а по-скоро е грешка, свързани с по-дългосрочните планове на потенциала за растеж. За да се избегне усещането, че в

¹ За исторически етапи от развитието на държавния дълг, вижте: Macdonald, James, 2003, **A Free Nation Deep in Debt: The Financial Roots of Democracy**, Farraur, Straus & Giroux, New York.

номинално изражение отражението на БВП ще бъде повлияно в резултат на политически решения, независимата прогноза може да се използва за определяне ΔY_r . Една от възможностите е да се използва средносрочната прогноза за растеж на МВФ. Друг въпрос е: как да се проектират лихвените плащания по емитирания в местна и чужда валута дълг? До този момент разходите на Албания за обслужване на вътрешния дълг значително са превишавали разходите за дълга в чуждестранна валута дълг. Последни примери за това са високите разходи за последните синдикирани заеми. Последните концесионни заеми в чужда валута се очертава да бъдат значително по-скъпи от концесионни заеми в близкото минало.

Всичко това създава условия за по-високи ефективни лихвени проценти в бъдеще. Що се отнася до разходите за заеми на вътрешния финансов пазар в национална валута, все още е рано да се предвиди бърз спад в ефективния лихвен процент по вътрешния дълг. Тези съображения трябва да се ръководят от предположения за интензивно развитие на селските райони и създаването на желаните първични активи. И накрая, как трябва да се направи прогноза за движението на валутния курс? В процеса на догонване, може да се очаква, че валутата на Албания ще се да обменя срещу евро и щатски долар. През кратък времеви хоризонт малко вероятни са осезаеми изменения в стойността на валутата. Не са разумни вижданията при определяне на желаното първично салдо да се разчита на надценяване на местната валута, за да се постигне консолидиране на стойността на държавния дълг до целевото ниво. По-разумно би било да се предположи постоянна величина на обменния курс.

Прогнозираното циклично забавяне на номиналния растеж на БВП няма да изисква съответно по-ниско целево нарастване в номинален дълг (по-голямо първично салдо). Последното от своя страна се ръководи от потенциалния ръст на производството. По този начин ще се избегне проциклично фискално ограничение и автоматичните стабилизатори ще могат да работят. В същия дух, последващо отклонение на реалния растеж на БВП от потенциалния растеж, няма да задейства ранно решение за корекция на дълга. В условията на по-нисък номинален ръст на БВП в сравнение на потенциалния, намаляването на съотношението на дълга ще се реализира по-бавно.

Ако симетричните колебания на БВП се приемат като тенденция, тези временни отклонения трябва да се неутрализират взаимно. Дали правилото за потенциална гъвкавост на дълга може реално да се реализира, ще зависи от доверието към правителството и на пазарните очаквания за устойчивостта на публичните финанси. По принцип, се предоставя възможност за по-бавно намаляване на съотношението на дълга и по-слабо първично салдо в случай на цикличен спад. Но, до каква степен тази величина в действителност може да се използва, ще зависи от наличността и цените на финансиране. Съществува вероятност първичното салдо да бъде засегнато от циклични колебания, поради което се допуска и номиналният дълг да се увеличи с известна част от потенциала за растеж на БВП, а не като част от по-нисък реален ръст. Действието на автоматичните стабилизатори може все още да бъде ограничено до известна степен, което предполага проциклична фискална рестрикция.

За не се препятства въздействието на автоматичните стабилизатори, пър-

вичното салдо следва да се колебае в съответствие с цикличните условия. Това означава, че когато реалният ръст е под потенциала, следва да се дава възможност за отслабване на първичното салдо, и обратното. По този начин, впоследствие, по време на по-нисък от потенциалния растеж, коефициентът α е възможно да се увеличи в резултат на по-слабото първично салдо. Ето защо и при по-нисък от номиналния БВП се очаква по-висока α , за което ще допринесе по-бавния спад на съотношението на дълга. Последващата промяна в стойността на α ще позволи пълното функциониране на автоматичните стабилизатори, което е желана характеристика на фискалната политика. Липсата на стабилност се свързва и с ограничения дефицит при финансиране. Механизмът може да бъде проектиран да улови промените на разходите за заеми или обменен курс спрямо предположенията описани по-горе.

Фигура 2 илюстрира основния баланс, който може да се изисква в условията на дългово правило за три различни стойности на коефициента на корекция α , а именно: 0.5, 0.8 и 1. Прави се допускането, че ефективният лихвен процент по дълга в местната валута ще се запази на равнището си от 2009 г. (8,8%) и че ефективния лихвен процент по дълга в чуждестранна валута ще се увеличи от 2,3% през 2009 г. на 7% през 2015. Номиналният валутен курс на лека остава стабилен, но се разработва сценарий, при който курса на лека се понижава. Налице е по-висока степен на чувствителност от необходимото първично салдо, което е избрано за α .

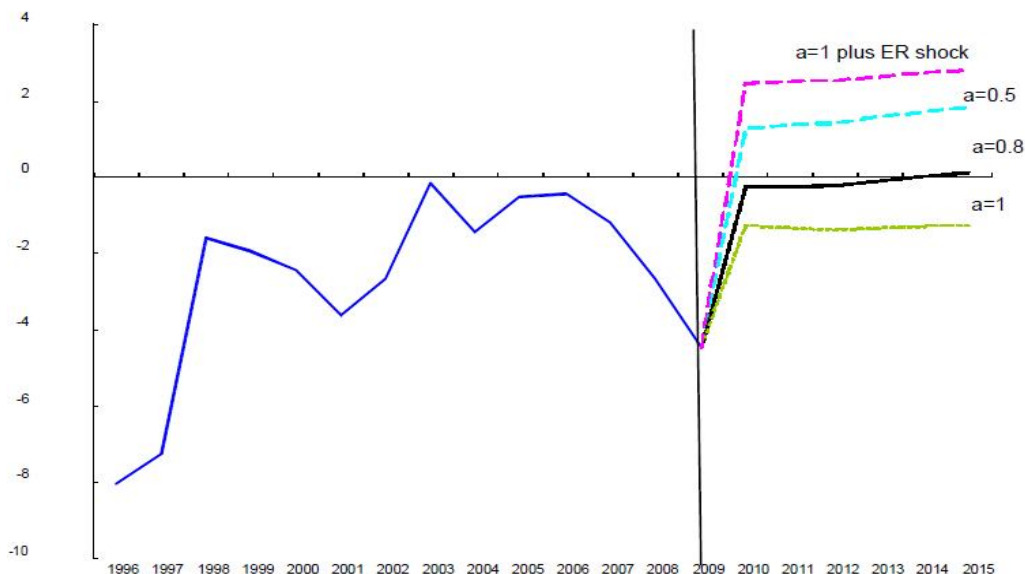
По-амбициозното намаляване на

коефициента на задлъжнялост (с $\alpha = 0,5$) ще изисква значително по-силно първично салдо (с над 5% от БВП за 2009 в сравнение с очаквания през 2009 първичен баланс). Когато базисната фискална позиция е по-силна, значително по-малки ще бъдат необходимите данъчни усилия за постигане на тази корекция. В по-малка степен амбициозното намаляване на дълга, с $\alpha = 0.8$, може да бъде съвместимо с нулево първично салдо. Запазване на корекционен коефициент при $\alpha = 1$ означава допускане на същото пропорционално нарастване на номиналния БВП и дълга. По този начин се в динамиката на дълга се поддържа стабилна тенденция, което е съвместимо с първичен дефицит около 1% от БВП. Влиянието на намаляването на обменните курсове се изразява в шок в обменен процент, прилаган в случай на $\alpha = 1$. За годишното намаляване от 5% ще са необходими около 1 процентен пункт от БВП по-силен първичен баланс, за да се компенсира отрицателното въздействие на по-ниския валутен курс на лека, върху стойността на деноминирания в чуждестранна валута дълг.

Пример за шок в обменен курс е рязкото понижаване на курса на лека спрямо еврото през месец септември 2009 г. Ръководните органи на централната банка търсят причините за рязкото намаляване на курса на националната валута извън областта на икономиката. Като основна причина за този резултат, се посочва изказване на министър-председателя за предстоящата евроинтеграция на страната, което е внесло смут в пазара на валута.¹

¹<http://setimes.com/cocoon/setimes/xhtml/bg/feature/s/setimes/newsbriefs/2009/09/25/nb-11>

Figure 2. Required Primary Balance under Debt Rule (in % of GDP)



Фигура 3 показва динамиката на дълга, измерен като съотношение към БВП в рамките на разгледаните сценарии. Очевидно е, че с $\alpha = 1$, номиналната дълг ще нарасне в съответствие с номиналния БВП, а съотношението на дълга ще остане постоянно. Цифрата показва, че за да се постигне чувствително намаляване на съотношението на дълга, с коефициент на корекция значително по-малко от единица, следва да не е налице трайно поскъпване на валутите, в които дълга, от една страна, а дължимите лихви да са по-ниски, от друга. Необходимо е също по-високи стойности на първичното салдо.

Като се има предвид началната фискална позиция, следва да се изясни как основният фискален баланс трябва да се приспособи към целите на постигането на видимо намаление на съотношението на дълга? Или, с други думи, какви ще бъдат структурните неутрални стойности на α ? За да бъде даден отговор на този въпрос, следва да се направи оценка за структурно неутрален фискалния баланс, т.е.

фискалният баланс, когато БВП е близо до своя потенциал, а също да се има предвид за еднократните фактори, влияещи върху фискалния баланс.

Ако основната първична позиция бъде с дефицит от 10 милиарда лек, за баланса, стойността на коефициента α , съответстваща на структурната неутрална фискална политика ще нарасне до 0.82. Както може да се види от Фигура 3, това би довело само до много бавно намаляване на съотношението на дълга, което е малко по-малко от колебанията на $\alpha = 0.8$.

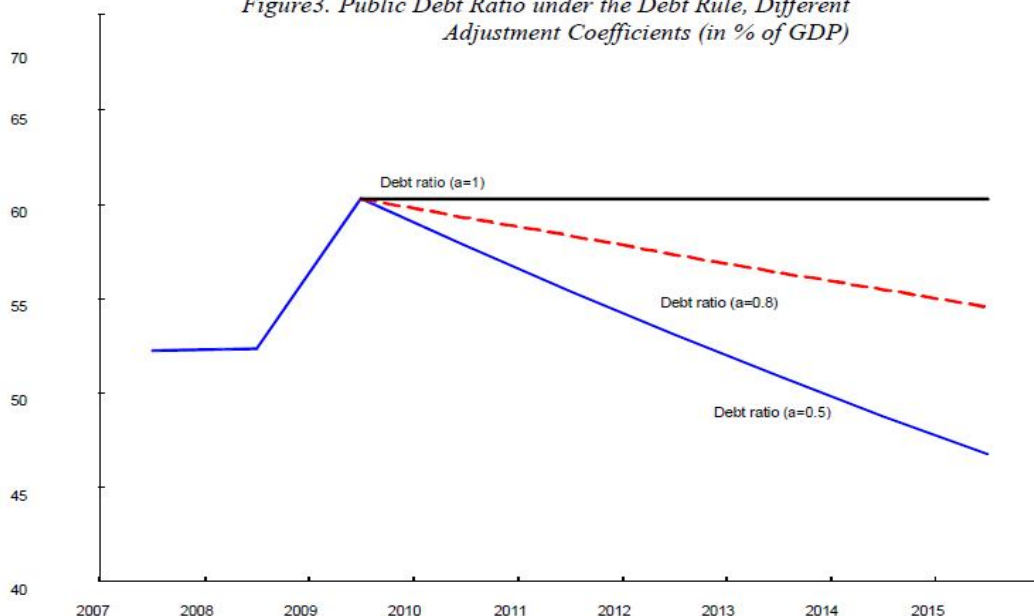
От 2006 г. е налице увеличение на текущото съотношение „Разходи към БВП”, по-специално през 2009 г., и дори премахване на влиянието на инвестициите в пътища (3 процента от БВП през 2009 г.) може да остави основното първично салдо по-малко от нула. Това предполага, че, най-малко, умерено засилване на свързания с тях първичен фискален баланс ще се изисква да се постигне видимо намаление на съотношението на дълга в средносрочен план. Например, ако властите биха искали да се намали

съотношението на дълга с една единица, съответстваща на $\alpha = 0,5$ след това основното първично салдо би трябвало да се повиши най-малко от 1 на 1,5 пункта от БВП, а дори и повече, ако като начало основният първичен баланс ще бъде по-малък от нула.

Но, при разглеждането на подкрепените от МВФ програми, при което се има предвид и достъпа до финан-

сиране на международните финансови пазари, става все по-важно да се въведе стабилна рамка на фискалната политика, която да засили финансовата дисциплина и данъчното доверие. В доклада на МВФ се посочва, че количествено фискалното правило може да изиграе голяма роля за постигането на тези цели.

Figure3. Public Debt Ratio under the Debt Rule, Different Adjustment Coefficients (in % of GDP)



Публичния дълг на Албания все още е сравнително висок и трябва да се намали. Намаляване на дълга ще изисква по-стабилен първичен фискален баланс в бъдеще, отколкото се е приемал като норма в миналото. Като позволява на властите да обявят своите цели на фискалната политика и средствата за постигането им, количественото фискално правило ще допринесе за отваряне на фискална политика, ще предизвика повишаване на общественото внимание, и ще направи по-отговорни политиците за постигането на тези цели. Докладът на МВФ разглежда възможни фискални правила, без да се посочва ясно

предпочитание. Един от добрите варианти е да се въведе задължително правило, че нарастването на държавния дълг ще бъде реализирано като част от номиналния ръст на БВП.

Очаква се, по време на догонващия номинален растеж на БВП в Албания да се създадат условия за сравнително бързото намаляване на съотношението на дълга към БВП, дори без намаляване на номиналния държавен дълг. С помощта на прогнози за лихвените проценти и обменния курс в периода, за който се правят, първичното салдо следва да бъде получено в съответствие с постигането на целево намаляване на

съотношението на дълга.

Първичното салдо ще служи като оперативна цел. За да се избегнат нежелани колебания на разходите, задължително правило ще бъде развитие, обвързано с потенциален ръст на БВП. По този начин се ограничава въздействието на автоматичните стабилизатори.

Алтернативен разгледан вариант е правилото за разходите. Това правило ще наложи ограничение за номиналния растеж на общите разходи. Ако целта е да се запази настоящото ниво на разходите, като процент от БВП, темпът на растеж може да бъде определен на очаквания потенциален ръст на номиналния БВП, с което ще се избегне циклично-индуцираните колебания на разходи. Независимата проекция на средносрочния растеж може да се приема като показател за потенциала за растеж на БВП. Изтъкван често недостатък на правилото на разходите е, че то не обхваща данъците, които биха могли да отслабят тяхната връзка с фискална устойчивост. Фокусираната изключително върху разходите, политика може да отслаби политика приходите, както и да доведе до проблеми с данъчната администрация и съответствието, а дори и популистки да се намалят данъците. По този начин, правилото за разходите следва да се допълни с механизъм за обратна връзка, която да изисква коригиращи действия в случай, че бързо намаляване на съотношението на дълга не се материализира поради нецикличния проблеми в събирането на приходи или сътресения, които постоянно влошават

съотношението на дълг.

Заклучение

Адекватната маса на дълга ще осигури на властите по-голяма гъвкавост при вземането на решение как да се постигне на първичното салдо в съответната с дълга цел. Това може да стане чрез намаляване на разходите, или чрез увеличение на приходите. Докато поддържането на дълга в определени оптимални граници, както и основните цели, свързани с поддържането на баланс се изпълняват, по-големите данъчни приходи ще позволят по-високи разходи. Ограниченията на разходното правило дават повече възможности за въздействие, които произтичат от определянето и прякото ограничаване на ръста на разходите. Ограниченията на разходите трябва да бъдат използвани от всяко едно правителство за укрепване на фискалната позиция. Понастоящем такъв подход не е възприет. Ето защо усилията във фискалната сфера ще трябва да се съсредоточат основно върху мерки за увеличаване на приходите. Неизползвани възможности за това в Албания все още има. В този контекст активността следва да се насочи към по-нататъшно укрепване на данъчната администрация, разширяване на данъчната основа, както и недопускане на нови намаления на данъците. В заключение отново трябва да се подчертае, че един силен политически ангажимент за фискална дисциплина е от решаващо значение за гарантиране на ефективно фискално правило.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стоилова Д., 2008, Икономика на публичния сектор, Ик. БОН, Благоевград
2. Стоилова Д., Патонов Н., 2012, Данъчно облагане в страните от Европейския съюз, Тенденции и предизвикателства в развитието на икономиката - Сборник доклади от международна научна конференция, Том II, Изд. „Наука и икономика“, стр. 103-111

3. Danninger, S., 2002, A New Rule: The Swiss Debt Brake, IMF Working Paper 02/18. International Monetary Fund, Washington, D.C.
4. Debrun, X., D. Hauner and M.S. Kumar, 2007, The Role of Fiscal Agencies, International Monetary Fund, Washington, D.C.
5. European Commission, 2006, Public Finance in EMU, Chapter 3, Numerical Fiscal Rules in 25 Member States,. Brussels.
6. Hausman, R., 2003, Good Credit Ratios, Bad Credit Ratings: The Role of Debt Structure, in G. Kopits, ed., Rules-Based Fiscal Policy in Emerging Markets, London, MacMillan.
7. International Monetary Fund, 2003, World Economic Outlook, October 2003. Washington, D.C.
8. International Monetary Fund, 2009, Fiscal Rules: Anchoring Expectations for Sustainable Public Finance, IMF Policy Paper, Washington, D.C.
9. Kopits, George and Steven Symansky, 1998, Fiscal Policy Rules, IMF Occasional Paper 162, International Monetary Fund, Washington, D.C.
10. Ljungman, Gösta, 2008, Expenditure Ceilings—A Survey, IMF Working Paper 08/282. Washington, D.C.
11. Macdonald, James, 2003, A Free Nation Deep in Debt: The Financial Roots of Democracy, Farrar, Straus & Giroux, New York
12. Mills, Phillipe and Alain Quinet, 2001, The Case for Spending Rules, in Banca d'Italia, Fiscal Rules, Research Department Workshop.
13. Panizza, Ugo, 2009, Domestic and External Public Debt in Developing Countries, preliminary unpublished version, UNCTAD.
14. The Economist, 2008, Pocket World in Figures, 2008 edition. Profile Books Ltd., London.
15. Willett, Thomas, D., 2000, International Financial Markets as a Source of Crises or Discipline: Too Much, Too Late Hypothesis. Princeton Essays in International Finance No. 218.
16. Wyplosz, Ch. 2005, Fiscal Policy: Institutions versus Rules, National Institute Economic Review No. 191, January 2005, pp. 70-84.
17. <http://setimes.com/cocoon/setimes/xhtml/bg/features/setimes/newsbriefs/2009/09/25/nb-11>

ВЯРА КЮРОВА

РАЙНА ДИМИТРОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“,

гр. БЛАГОЕВГРАД

**ИЗСЛЕДВАНЕ НА ВЛИЯНИЕТО НА МАРКЕТИНГОВИЯ ПОТЕНЦИАЛ ВЪРХУ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ХОТЕЛИЕРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**RESEARCH ON THE IMPACT OF THE MARKETING POTENTIAL ON THE
COMPETITIVENESS OF HOTEL ENTERPRISES**

VYARA KYUROVA

RAYNA DIMITROVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY “NEOFIT RILSKI”,

BLAGOEVGRAD

Abstract: The marketing potential has an immediate impact on the competitiveness of hotel enterprises. The development of this marketing potential is a major prerequisite for the increase in competitiveness of enterprises. In this context of importance is the research and evaluation of the impact of the marketing potential on the competitiveness of an enterprise. Based on the results of an empirical study which used statistical method to evaluate correlations, an evaluation of the impact of the marketing potential on the competitiveness of hotel enterprises is made. Conclusions have been drawn and recommendations have been made.

Key words: hotel enterprise, correlation, marketing potential, competitiveness, impact, statistical methods

През последните години туристическият отрасъл в България е един от най-динамично развиващите се отрасли с приоритетно значение за икономиката. Основно място в него заема хотелиерството, тъй като то предоставя основната услуга – настаняване на туристите. В настоящият момент хотелиерския бизнес в България работи при нови условия на пазара, характеризиращ се с динамични промени. В резултат от това и от протичащите процеси на глобализация, водещи до интензифициране и усложняване на конкуренцията между предприятията от хотелиерския сектор на национално и международно равнище, е силно променена и конкурентната среда. При наложилите се условия важен фактор за постигането на стопански успех е конкурентоспособността на хотелиерските предприятия, тъй като конкурен-

цията в туризма е много силна¹. В тази силно конкурентна среда успешни могат да бъдат само предприятия, които прилагат маркетингови средства в конкурентната борба², а изучаването на конкурентната среда се явява обект на маркетинговите изследвания³.

Повишаването на конкурентоспособността на хотелиерския бизнес е един от най-важните фактори за устойчивото развитие на туристическия сектор, на отделните региони и на туристическите предприятия. Изследвайки връзката между конкурентоспособността и конку-

¹ Безрутенко, Ю. В., Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме, Дашков и К, Москва, 2012, с. 102

² Сак, А. В., В. А. Журавлев, Оптимизация маркетинговых решений, Гревцова, Минск, 2010, с. 7

³ Шматько, Л. П. и др., Туризм и гостиничное хозяйство, МарТ, Москва-Ростов – на – Дону, 2005, с. 232

рентния потенциал на предприятието М. Велев посочва, че конкурентния потенциал на предприятието е съвкупността от вътрешните за предприятието фактори за повишаване на неговата конкурентоспособност, както и заложените предпоставки за подобряването на влиянието на всеки от тези фактори поотделно и на тяхното синергично въздействие¹. Според Н. Савельева маркетинговият потенциал се характеризира с възможността на предприятието своевременно да следва процесите протичащи на пазара, умело да приспособява производството към текущите и бъдещи потребности на пазара и оперативно да реагира на промените в пазарната ситуация². В този контекст е и становището на Р. Димитрова, че маркетинговият потенциал е един от основните системообразуващи компоненти на конкурентния потенциал на предприятието заедно с управленския, ресурсния, иновационния и финансовия потенциал³. В този смисъл, изследвайки отношението конкурентоспособност – конкурентни предимства, някои изследователи разграничават маркетингово (външно) конкурентно предимство и предимство по разходите (вътрешно)⁴. От гледна точка на факторите за конкурентоспособност на предприятието група автори включват маркетинга във вътрешните фактори за конкурентоспособност⁵. Според Н. Tsai,

Н. Song и К. Wong маркетингът е един от определящите фактори за конкурентоспособността на хотелите⁶. Цитираните становища определят важната роля на маркетинга, респ. на маркетинговия потенциал на предприятията за равнището и повишаването на тяхната конкурентоспособност.

Същевременно управлението на маркетинга е и важен елемент от управлението на конкурентоспособността и на конкурентния потенциал на предприятието. Р. Мадгерова с основание счита, че значението на управлението на маркетинга се определя от предоставяните от него възможности за изграждане на ясна визия за развитието на фирмата в дългосрочна перспектива, за определяне на маркетинговата политика и точно фокусиране на вниманието върху нейните елементи⁷. Следователно с оглед на оптимизацията на маркетинговата дейност интерес от теоретико-методологическа и практико-приложна гледна точка представлява изследването на влиянието, взаимната връзка и зависимост между конкурентоспособността и конкурентния потенциал и в частност маркетинговия потенциал на предприятието.

В този контекст целта на разработката е да се изследва зависимостта между маркетинговия потенциал и конкурентоспособността на хотелиерските предприятия.

¹ Велев М. Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност. „Софттрейд“, С., 2004, с. 106

² Савельева, Н. А., Управление конкурентоспособностью фирмы, Феникс, Ростов н/Д, 2009, с. 325

³ Димитрова, Р., Конкурентоспособност на предприятието – техники за развитие, Проблеми на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012, с. 27-28

⁴ Стоянов, Д., Конкуренция и стратегии – анализ и избор, УИ „Стопанство“, С., 1995, с. 6

⁵ O'Farrell, P. N., D. M. Hitchens. (1988). Then Relative Competitiveness and Performance of Small Manufacturing Firms in Scotland and the Mid – West of Ireland: an Analysis of Matched Pairs, *Regional Studies*, 25 (5), pp. 399-416; O'Farrell, P. N., D. M. Hitchens. (1989). The Competitiveness and

Performance of Small Manufacturing Firms: an Analysis of Matched Pairs in Scotland and England, *Environment and Planning*, 21 (9), pp. 1241-1263; O'Farrell, P. N., D. M. Hitchens, L. A. Moffat. (1992). The Competitiveness of Business Services Firms: a Matched Comparison between Scotland and the Sought East of England, *Regional Studies*, 26 (6), pp. 519-533; Велев, Мл., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, изд. „Софттрейд“, С., 2004, с. 22

⁶ Tsai, H., H. Song, K. Wong. (2009). Tourism and hotel competitiveness research, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26:5-6, pp. 532-538

⁷ Мадгерова Р., Управление на маркетинга, В: Организация и управление на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012, с. 139

Изследването на зависимостта между маркетинговия потенциал и конкурентоспособността на хотелиерските предприятия изисква разработването на система от индикатори за тяхното измерване. В разработката се прилага адаптиран от авторите измерителен апарат, основан на предложените от М. Велев критерии и показатели за анализ и оценка на конкурентоспособността и конкурентния потенциал на предприятието¹.

Системата от индикатори за анализ и оценка на конкурентоспособността включва:

- равнище на конкурентоспособност на продуктите на предприятието;
- равнище на производителност на труда на предприятието;
- финансови резултати на предприятието;
- равнище на иновативност на предприятието;
- промяна на обема на дейността на предприятието;
- иновативност на предприятието;
- производствена и маркетингова гъвкавост на предприятието;
- адаптивност на предприятието към пазара.

За анализ и оценка на маркетинговия потенциал се прилагат следните показатели:

- способността на предприятието за адаптиране към промените в пазарните изисквания;
- влияние на договореностите с контрагентите върху конкурентоспособността на предприятието;
- влияние на договореностите с други предприятия от същия сектор върху конкурентоспособността на предприятието;

- степен на ориентация на предприятието към потребителите;
- опит на предприятието в маркетинговата дейност;
- качество на маркетинговите проучвания на предприятието;
- качество на маркетинговите стратегии на предприятието;
- равнище на организация на маркетинговата дейност на предприятието;
- степен на използване на маркетингови инструменти за стимулиране на продажбите на предприятието;
- равнище на маркетинговите разходи в сравнение с общите разходи на предприятието;
- имидж на предприятието;
- имидж на търговската марка (марки) на предприятието на пазара;
- степен на потребителска лоялност на клиентите на предприятието;
- равнище на взаимоотношенията с клиентите на предприятието;
- влияние на договореностите с посредници по каналите за реализация на продуктите на предприятието върху неговата конкурентоспособност;
- степен на сегментиране на търсенето на продуктите на предприятието на пазара.

По всеки от представените индикатори анкетиранияте дават своята оценка за тяхното предприятие по седемстепенна бална скала за оценяване, включваща оценки от 1 до 7, представена в Табл. 1. За целта е разработена анкетна карта включваща въпроси, насочени към всеки от отделните показатели за оценка на конкурентоспособността и на маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия.

¹ Велев, М., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, Софттрейд, С., 2004, с. 85 – 90; с. 108 - 110

Таблица 1

Скала за оценяване на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на хотелиерските предприятия

Скала за оценяване	
Равнище/степен	Бална оценка
Много ниско	1
Ниско	2
Задоволително	3
Средно	4
Добро	5
Много добро	6
Отлично	7

Балните оценки на конкурентоспособността и на маркетинговия потенциал на предприятията се определят по метода на балните оценки¹. Оценката на конкурентоспособността, респ. на маркетинговия потенциал на предприятието се определя чрез изчисляване на сумата на получените от него бални оценки по всеки отделен показател по формулата:

$$B_{\text{оц. } j} = \frac{\sum_{i=1}^n B_{p_{ij}}}{n}, \quad (1)$$

където $B_{\text{оц. } j}$ е обобщената

бална оценка на
 j – то предприятие;

$B_{p_{ij}}$ - бална оценка по i – ти

показател за j – то предприятие;

n – брой на показателите.

Необходимата за изследване на зависимостта между маркетинговия

потенциал и конкурентоспособността на хотелиерските предприятия емпирична информация е получена в резултат на реализирано през периода май-септември 2013 г., по метода на пряката анкета на отзовалите се, анкетно проучване на 30 хотела, функциониращи на територията на Бургаска област. Основната причина за избора на този метод е неговата адекватност по отношение на спецификата както на изследваните субекти, така и на данните, които трябва да бъдат получени.

Изчислените стойности на балните оценки (получени в резултат на обработка на данните в анкетните карти чрез прилагането на формула 1) на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на хотелиерските предприятия – източници на проучването, които са необходими за извършването на дисперсионния, регресионния и корелационния анализ са представени в Табл. 2 и Табл. 3.

¹ Савельева, Н. А., Управление конкурентоспособностью фирмы. Феникс, Ростов на Дону, 2009, с. 241-242

Таблица 2

Бални оценки на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на хотелиерските предприятия

Предприятие	Бална оценка на маркетинговия потенциал (x_i)	Бална оценка на конкурентоспособността (y_i)
1	2.00	3.04
2	4.32	6.00
3	3.18	5.23
4	4.30	4.19
5	2.24	3.05
6	4.01	5.54
7	3.41	4.78
8	4.02	5.13
9	4.43	5.44
10	3.92	5.47
11	2.85	3.21
12	3.77	4.33
13	4.25	6.04
14	2.15	4.52
15	5.00	6.01
16	4.00	4.01
17	3.84	6.12
18	3.95	5.73
19	4.56	5.46
20	3.79	4.61
21	3.24	4.13
22	4.69	5.81
23	2.72	3.30
24	3.91	4.91
25	4.21	5.00
26	4.01	4.88
27	3.84	4.63
28	4.36	6.21
29	4.15	5.64
30	4.58	5.59

Източник: собствени изчисления

Таблица 3

Разпределение на предприятията според балните оценки на маркетинговия потенциал

Равнище на маркетинговия потенциал	Конкурентоспособност на предприятията (бална оценка)	Брой предприятия
задоволително (бална оценка до 3,00)	3,04; 3,05; 3,21; 4,52; 3,30	5
средно (бална оценка от 3,00 до 4,00)	5,23; 4,78; 5,47; 4,33; 4,01; 6,12; 5,73; 4,61; 4,13; 4,91; 4,63	11
добро (бална оценка над 4,00)	6,00; 4,19; 5,54; 5,13; 5,44; 6,04; 6,01; 5,46; 5,81; 5,00; 4,88; 6,21; 5,64; 5,59	14

Източник: собствени изчисления

С оглед установяване на наличие или отсъствие на зависимост между конкурентоспособността и маркетинговия потенциал на хотелиерските предприятия (оценени чрез изчислените стойности на техните бални оценки) се прилага методът на дисперсионния анализ, който е един от най-често прилаганите методи за статистическа проверка на хипотези за равенство между повече от две средни¹. Методиката за осъществяване на дисперсионния анализ на влиянието на маркетинговия потенциал върху конкурентоспособността на изследваните предприятия включва следните етапи:

1. Дефиниране на хипотезите:

H_0 - не съществува статистически значимо влияние между различията в равнището на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на изследваните хотелиерски предприятия

$$H_0 : \sum_{i=1}^k |x_i - \bar{x}| = 0 ,$$

т. е. $x_1 = 0$,

т. е. $x_1 = 0, \bar{x}_1 = \bar{x}_2 = \dots \bar{x}_k = \bar{x}$.

H_1 - различията в стойността на балните оценки на маркетинговия потенциал влияят съществено върху оценките на конкурентоспособността на изследваните хотели.

$$H_1 : \sum_{i=1}^k |x_i - \bar{x}| \neq 0 ,$$

т. е. $x_1 \neq 0$,

т. е. $x_1 \neq 0, \bar{x}_1 \neq \bar{x}_2 \neq \dots \bar{x}_k \neq \bar{x}$.

2. Изчисляване на средните аритметични по групи и общата средна величина:

а) средните по групи се определят по формулата:

$$\bar{x}_i = \frac{\sum x_i}{n_i} , \quad (2)$$

където $\bar{x}_i$ е средната аритметична в i -та група;

n_i - брой на единиците в i -та група;

x_i - стойност на i -та единица в групата.

б) общата средна аритметична за всички групи се изчислява по формулата:

$$\bar{x}_0 = \frac{\sum \bar{x}_i}{n} , \quad (3)$$

3. Изчисляване на вътрешногруповата дисперсия чрез формулата:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x}_i)^2}{n - k} , \quad (4)$$

където σ_b^2 е вътрешногруповата дисперсия;

k - брой на групите.

4. Изчисляване на междугруповата дисперсия по формулата:

$$\sigma_{\text{м}}^2 = \frac{\sum (\bar{x}_i - \bar{x}_0)^2 \cdot n_i}{k - 1} , \quad (5)$$

където $\sigma_{\text{м}}^2$ е междугруповата дисперсия.

¹ Николова, Н., Статистика. Обща теория, Авангард Прима, С., 2013, с. 171; Ранчева, Ем., Статистика, Технологика, Пловдив, 2010, с. 281; Калоянов, Т., Статистика, Тракия – М, С., 2004, с. 248

5. Изчисляване на емпиричната характеристика на F – критерия по формулата:

$$F_{em} = \frac{\sigma_m^2}{\sigma_\varepsilon^2}, \quad (6)$$

където F_{em} е емпиричната характеристика на F – критерия.

6. Определяне на теоретичната характеристика F_T на F – разпределението на Фишер.

7. Съпоставяне на емпиричната и теоретичната характеристика на F – критерия на Фишер и определяне приема ли се или се отхвърля нулевата хипотеза. Нулевата хипотеза се отхвърля, ако е изпълнено условието:

$$F_{em} \geq F_T$$

За изследване на връзката между оценките на конкурентоспособността на хотелиерските предприятия – източници на проучването и оценките на техния маркетинговия потенциал се прилага еднофакторен регресионен анализ. Явлението - следствие y_i е конкурентоспособността, а явлението - фактор x_i е маркетинговият потенциал.

Необходимо е да се има предвид, че зависимостта между влиянието на маркетинговия потенциал (x_i) и конкурентоспособността на предприятията (y_i) може да се опише чрез уравнение на права линия от вида:

$$y = b_0 + b_1 x + \varepsilon,$$

където y е значението на явлението следствие;

x - значение на явлението фактор;

b_0 - свободен член на регресионното уравнение;

b_1 - регресионен коефициент;

ε - стохастичен компонент в модела.

Получената стойност за регресионния коефициент b_1 позволява да се установи какви средни изменения настъпват в следствието y в резултат на единица изменение на фактора x .

Регресионният модел се подлага на проверка за адекватност чрез метода за статистическа проверка на хипотези. Като подходящ критерий се използва F – критерият на Фишер. Проверката се извършва чрез използване на формулите:

$$F_{em} = \frac{S_{\hat{y}}^2}{S_{ocm}^2}, \quad (7)$$

$$S_{\hat{y}}^2 = \frac{\sum (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{p-1}, \quad (8)$$

$$S_{ocm}^2 = \frac{\sum (y_i - \hat{y}_i)^2}{n-p}, \quad (9)$$

където $S_{\hat{y}}^2$ (обяснената, факторната вариация) и S_{ocm}^2 (остатъчна вариация) са две самостоятелни и независими оценки на общата дисперсия; p - брой на всички променливи, участващи в регресионното уравнение; n – брой на единиците в изучаваната съвкупност;

y_i - фактически значения на зависимата променлива;

$\hat{y}_i$ - теоретични значения на зависимата променлива, изчислени въз основа на регресионното уравнение;

$\bar{y}$ - средно значение на зависимата променлива¹.

¹ Николова, Н., Статистика. Обща теория, Авангард Прима, С., 2013, с.185-186

Адекватността на регресионния модел се потвърждава, ако е изпълнено условието:

$$F_{em} \geq F_T$$

За установяване на силата на зависимост между маркетинговия потенциал (x_i) и конкурентоспособността на предприятията (y_i) се прилага метода на корелационния анализ. За тази цел най – подходящо е да се определи коефициента на корелация на Пирсън между маркетинговия потенциал и конкурентоспособността на предприятията по формулата:

$$R_{y/x} = \pm \sqrt{1 - \frac{S_y^2}{\sigma_y^2}}, \quad (10)$$

където $R_{y/x}$ е коефициентът на корелация на Пирсън;

S_y^2 - стандартна грешка на оценката;

σ_y^2 - оценката на общата дисперсия.

Стандартната грешка се оценява по формулата:

$$S_y^2 = \frac{\sum (y_i - \hat{y}_i)^2}{n}, \quad (11)$$

По отношение на оценката на общата дисперсия се използва формулата:

$$\sigma_y^2 = \frac{\sum (y_i - \bar{y})^2}{n}, \quad (12)$$

С оглед определянето на това каква част от общите промени в y , се дължи на промени в изследваните фактори се изчислява коефициентът на детерминация (на определението) по формулата:

$$K_{dem} = R^2, \quad (13)$$

Получените резултати от направения дисперсионен анализ относно влиянието на равнището на маркетинговия потенциал на предприятията върху равнището на тяхната конкурентоспособност позволяват да се установи дали влиянието на маркетинговия потенциал е съществено или несъществено. Изчислената стойност на емпиричната характеристика на F – критерия на Фишер $F_{em} = 26,39$. Теоретичната стойност на F – критерия при равнище на значимост $\alpha = 0,05$ е $F_T = 3,32$ и при равнище на значимост $\alpha = 0,01$ е $F_T = 5,39$. Следователно $F_{em} \geq F_T$, което дава основание за отхвърляне на нулевата хипотеза и за приемане на алтернативната хипотеза, че различията в стойността на балните оценки на маркетинговия потенциал влияят съществено върху оценките на конкурентоспособността на изследваните хотелиерски предприятия.

При регресионния анализ на зависимостта между оценките на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на предприятията – източници на проучването се получава изчислена стойност на регресионния коефициент $b = 0,96$. Следователно увеличението на средната бална оценка на маркетинговия потенциал с единица води средно до нарастване на балната оценка на конкурентоспособността на предприятията с 0,96.

Изчислената стойност на коефициента на корелация на Пирсън $R_{y/x} = 0,761$ показва, че съществува силна зависимост между равнището на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на хотелиерските предприятия.

Чрез стойността на коефициента на детерминация $K_{dem} = 0,59$ се установява, че съществена част (59,00 %) от общите промени в явлението следствие конкурентоспособност се дължат на промените в явлението фактор маркетингов потенциал.

Регресионният модел се подлага на проверка за адекватност чрез метода за статистическа проверка на хипотези. Като подходящ критерий се използва F – критерият на Фишер. При равнище на значимост $\alpha = 0,05$ $F_T = 4,17$ и $F_{em} = 13,10$ се потвърждава, че линейният модел е адекватен на зависимостта между оценката на влиянието на външните фактори за конкурентоспособност и конкурентоспособността на предприятията. При равнище на значимост $\alpha = 0,01$ $F_T = 7,56$, т. е. отново се потвърждава адекватността на линейния модел.

В заключение резултатите от изследването на зависимостта между маркетинговия потенциал и конкурентоспособността на хотелиерските предприятия, функциониращи на територията на Бургаска област дават основание да се направят следните обобщаващи изводи:

1. Маркетинговият потенциал оказва съществено влияние върху конкурентоспособността на изследваните хотелиерски предприятия.

2. Нарастването на оценката на маркетинговия потенциал с единица води до нарастване на оценката на конкурентоспособността на предприятията с 0,96.

3. Констатира се наличието на силна зависимост между равнището на маркетинговия потенциал и на конкурентоспособността на хотелиерските предприятия.

4. Установява се, че голяма част (59,00 %) от общите промени в явлението следствие конкурентоспособност се дължат на промените в явлението фактор маркетингов потенциал.

5. Голямото значение на маркетинговия потенциал за конкурентоспособността на хотелиерските предприятия изисква непрекъснати, целенасочени управленски действия насочени към оптимизиране на маркетинговите дейности и разработването и прилагането на ефективни, адекватни на динамичните промени в конкурентната среда, маркетингови стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

- Безрутенко, Ю. В., Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме, Дашков и К, Москва, 2012
- Велев М., Оценка и анализ на фирмената конкурентоспособност, Софттрейд, С., 2004
- Димитрова, Р., Конкурентоспособност на предприятието – техники за развитие, Проблеми на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012
- Калоянов, Т., Статистика, Тракия – М, С., 2004
- Маджерова Р., Управление на маркетинга, В: Организация и управление на малкия бизнес, Лангов, Благоевград, 2012
- Николова, Н., Статистика. Обща теория, Авангард Прима, С., 2013
- Ранчева, Ем., Статистика, Техноложика, Пловдив, 2010
- Савельева, Н. А., Управление конкурентоспособностью фирмы, Феникс, Ростов н/Д, 2009
- Сак, А. В., В. А. Журавлев, Оптимизация маркетинговых решений, Гревцова, Минск, 2010
- Стоянов, Д., Конкуренция и стратегии – анализ и избор, УИ „Стопанство“, С., 1995
- Шматько, Л. П. и др., Туризм и гостиничное хозяйство, МарТ, Москва-Ростов – на – Дону, 2005

O'Farrell, P. N., D. M. Hitchens. (1988). Then Relative Competitiveness and Performance of Small Manufacturing Firms in Scotland and the Mid – West of Ireland: an Analysis of Matched Pairs, *Regional Studies*, 25 (5)

O'Farrell, P. N., D. M. Hitchens. (1989). The Competitiveness and Performance of Small Manufacturing Firms: an Analysis of Matched Pairs in Scotland and England, *Environment and Planning*, 21 (9)

O'Farrell, P. N., D. M. Hitchens, L. A. Moffat. (1992). The Competitiveness of Business Services Firms: a Matched Comparison between Scotland and the Sought East of England, *Regional Studies*, 26 (6)

Tsai, H., H. Song, K. Wong. (2009). Tourism and hotel competitiveness research, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26:5-6

Докторант ХРИСТИНА БОЙЧЕВА

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО –
СОФИЯ

**ВРЪЗКА НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ С
КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ**

**THE LINK BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE TOURISM
DESTINATION COMPETITIVENESS**

PhD Student HRISTINA BOYCHEVA

UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY –
SOFIA

Abstract: Tourism is one of the fastest growing industries on the planet, with nearly 700 million people travelling abroad in 2000 (est.1.6 billion people by 2020). Recent reports suggest that “holidaymakers do not want to enjoy themselves at the expense of those in destinations”. Consumers claim to be keen to be informed by travel agents and tour operators how they can support the local economy, preserve the environment and behave responsibly whilst abroad. Furthermore, holidaymakers also claim to be willing to pay more for holidays which have the ethical characteristics they aspire to. So that the Corporate Social Responsibility assures the competitiveness of the destination by integrating into suppliers business all the characteristics which customers desire and tour operators require.

Key words: CSR, sustainability, supply chain, customers` behavior, tour operators

CSR in tourism industry

The principal aim of this paper is to study the role of Corporate Social Responsibility (CSR) in the development of sustainable tourism in Bulgaria as a destination. It aims to seek to clarify companies' plans, strategies and current activities besides the challenges in sustainable development in the whole supply chain.

In today's rapidly changing tourism market, the only possibility for a tourism destination to compete on the market is through offering a distinguished sustainable tourism product. The concept of Corporate Social Responsibility¹ has a very close link with the sustainable development.

The main purpose of the paper is to stress the importance of the implementation of the concept of CSR in the tourism supply chain, specifically considering the impact

this adoption has on the achievement of sustainable development which is required by the tour operators and the customers. Special focus was put on the importance of social and economic aspects of the concept.

Tourism destinations are confronted with great difficulties while competing on the global level. As Bulgarian economy highly depends on the tourism industry all the services and products suppliers are highly dependent on the tour operators` strategies which are result of the customer behavior.

All the services suppliers in the tourism industry should focus on creating a unique, attractive and safe product. The tourism product presents the quality of the tourism destination. The quality of a tourism product includes the assurance of safety and security as a very basic factor, together with a professional approach to do things right at all times and meet the legitimate

¹ Bowen, H. R. (1953) *Social responsibilities of the businessman*, New York: Harper and Brothers.

expectations of consumers¹. Creating this kind of tourism product is, in a way, helping to implement the principles contained in the Global Code of Ethics for Tourism. With the international tourism forecast to reach 1.6 billion arrivals by 2020, members of the World Tourism Organization believe that the Global Code of Ethics for Tourism is needed to help minimize the negative impacts of tourism the environment and on the cultural heritage, while maximizing the benefits for the residents of tourism destinations. The Global Code of Ethics for Tourism (GCET) is a comprehensive set of principles which purpose is to guide stakeholders in tourism development: central and local governments, local communities, the tourism industry and its professionals, as well as visitors, both international and domestic. The Global Code of Ethics for Tourism has been created in order to promote equitable, responsible and sustainable world tourism order which benefits will be shared by all sectors of society in the context of an open and liberalized international economy and is based on many internationally recognized instruments². It was derived from taking into consideration the human development issues. When going through the articles of the Global Code of Ethics of Tourism, one could note that the focus is on the active involvement of all stakeholders in tourism – national, regional and local administrations, enterprises, business associations, NGOs, workers in the tourism sector, tourists and others involved in the tourism industry in order to achieve sustainable and responsible tourism.

This means that it is important for

everyone involved in the tourism sector contributes to the achievement of a highly competitive tourism product that could be attractive on the global level and give a destination the possibility to compete internationally. So here comes the CSR which gives the perception of how to enhance the tourism product quality and how to distinguish the Bulgarian tourism product at the global level. Despite the wide spectrum of approaches to CSR, there is a large consensus on its key features³ (COM 2002):

- Economic – the main responsibility of every company is to make profit;
- Social – sensitiveness and respect towards different and changing social and cultural norms and values which should be integrated in the whole supply chain;
- Environmental – to respect the environment and to care for the constant improvement of its condition which is the main resource in tourism industry.

In the most countries, especially low income countries as Bulgaria, tourism is seen as a viable option for economic growth, but current unsustainable tourism practices, especially in the summer and winter mass tourism, can impact the health and well-being of the environment and community as well as tourism itself. Tourism industries often create negative impacts on the environment, society, culture, and sometimes even on the economy⁴. However, few countries are using economic, regulatory or institutional policy

¹ Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K., and Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 37 No. 3, pp. 627-645.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.002>

² UNWTO, WTO (1999) *Global Code of Ethics for Tourism*,

<http://www.unep.org/bpsp/Tourism/WTO%20Code%20of%20Conduct.pdf>

³ Commission of the European Communities (2002). COM(2002) 347 final Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development, Brussels: Commission of the European Communities, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:en:PDF>

⁴ Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K., and Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 37 No. 3, pp. 627-645.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.002>

instruments for tourism management¹. In the most industries CSR standards and practices have been developed by the private sector in purpose to respond to external pressure. In tourism, however, the use of codes of conduct and certification is not widespread and is not based upon international accepted standards. It is difficult to make generalisations about CSR without first examining the context in which sustainable tourism operates, its demand and also assessing the numerous certification schemes, codes of conduct and best practices within the industry.

In the condition of higher living standard, people tend to spend a lot of money for entertainment and travel besides their basic needs for eating, clothing, and living.

The definition of CSR has many similar elements with sustainable tourism in the focus of how stakeholders should be identified and engaged and what initiatives should be measured to determine their impact on others². Whereas CSR relates to a company's obligation to be accountable to all of its stakeholders in all its operations and activities with the aim of achieving sustainable development not only in the economical dimension but also in the social and environmental dimensions³, sustainable tourism was first seen mainly from an environmental perspective and has only recently incorporated social and community aspects. Today, it is commonly recognised that sustainable tourism is more than just environmental conservation of a natural area, but according to the CSR practices adopted by the tour operators it must also

address the quality of life of the visitors and those who have being visited.

Sustainable tourism development in the context of CSR is about making all tourism more compatible⁴ with the needs and resources of a destination area. Tourism needs to take into account a holistic and comprehensive approach that balances tourism development with other activities. Tourism is made up of many sectors and is very fragmented, therefore effects and monitoring processes through one company or mechanism is very difficult. The supply chain of the tour operators is not often controlled by solely one party or individual and it consists of different elements which are often operated by multiple stakeholders.

The tour operators` supply chains and their impact on the destination`s competitiveness

The supply chain comprises the suppliers of all goods and services that go into the delivery of tourism products to consumers. It includes all suppliers of goods and services whether or not they are directly contracted by tour operators or by their agents (including ground handlers) or suppliers (including accommodation providers). Tourism supply chains involve many components – not just accommodation, transport and excursions, but also bars and restaurants, handicrafts, food production, waste disposal, and infrastructure that supports tourism in destinations.

Supply chains operate through business-to-business relationships and supply chain management delivers sustainability performance improvements alongside financial performance by working to improve the business operations of each supplier in the supply chain. Tour operators have enormous impacts over the activities

¹ Logar, I. (2010). Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: An assessment of policy instruments. *Tourism Management*, Vol. 31 No. 1, pp. 125-135.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.005>

² Blowfield, M.; Murray, A. (2008) *Corporate responsibility: a critical introduction*, Oxford: Oxford University Press

³ Cetindamar, D.; Husoy, K. (2007) Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behavior: The Case of The United Nations Global Compact, *Journal of Business Ethics*, No.76, pp. 163-176

⁴ Jamali, D.; Mirshak, R. (2007) Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context, *Journal of Business Ethics*, Vol. 72, No. 3, pp. 243 - 262

throughout the tourism supply chain because they direct and influence the volume of tourism, the tourism destinations and facilities that are used. Tour operators can use this to help in promoting general improvements in sustainability performance as a part of good commercial practice. In planning actions for sustainable supply chains, tour operators and The Travel Foundation should note that there are examples of good practice throughout the direct supply chain of tour operators as well as in a variety of tourism destinations but these are only implemented by some companies and many others can learn from them. It will be easiest to implement sustainability requirements in accommodation and most difficult in transport, most visible in excursions and activities while most beneficial to the local economy when this supports food and craft production. Destination sustainability efforts will require wider stakeholder partnerships¹ and if only for this reason will be more time consuming to implement.

A secure income stream, with stable contracts and foreseeable contracting conditions including prices is paramount, both to facilitate the necessary investments by the supplier, and to cement the trust in the relationships. Projects require time for companies to build knowledge and develop relationships and tour operators tend to require a steady and significant volume of operations with a supplier or destination if they are to make a significant contribution and expect changes in local operations. Three conditions in the tour operator-supplier relationship are particularly important for the success of supply chain initiatives: long-term partnership, fair pricing and a consistent volume of operations.

Successful supply chain relationships between companies and their suppliers are developed and implemented according to a

defined series of steps:

1. to establish a sustainable supply chain policy and management system.
2. to support suppliers in reaching sustainability goals, including raising awareness on sustainability issues amongst suppliers and demonstrating why sustainability performance is important
3. to integrate sustainability criteria into suppliers' contracts and preferentially contract suppliers that meet those criteria.

Business benefits from adopting good practices for tourism supply chain management include retention of clients, as there they increasingly expect responsible behaviour even from those not willing to pay for it; increased revenue; reduced costs and improved operational efficiency, remaining competitive to assess and respond the risks and opportunities of the market; management of risks and staying ahead of legislative requirements; enhanced staff performance; achievement of better recruitment and staff retention, as satisfied staff are a key asset; protection of the core assets of the business (environment and culture); and enhanced brand value, reputation and market share; protecting image and status, particularly for companies publicly quoted on stock markets².

The supply chain comprises the suppliers of all the goods and services that go into the delivery of tourism products to consumers. It should also be considered that some tourism goods and services are supplied direct to tourists and are purchased by consumers themselves and it should not be forgotten that tour operators can influence their customers in this area too. The initiatives reviewed in this report focus on improving benefits to the destination, consumers and the tourism industry.

The impacts of a tour operator come from the impacts of all components of the

¹ Ritchie Brent J., Crouch, G.J. (2003) *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, London: CABI Publishing

² Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006) Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, December, pp. 76 - 93

products they sell, including use of raw materials and their processing and production, as well as impacts from transport and distribution. Understanding the sustainability of each tourism product means going right back to the raw materials from which they are produced, through suppliers, suppliers' suppliers, and so on, right back to source, as well as ensuring that the company meets sustainability criteria in its own internal operations¹.

The supply chain management is applied to deliver sustainability performance improvements alongside financial performance, by working to improve the business operations of each supplier in the supply chain. The main differences between tourism supply chains and those of other sectors are that tourists travel to the product, and the product that they buy has a particularly high service component – in other words, it involves a higher proportion of people in the immediate production of the holiday experience.

Suppliers are more willing to adopt tour operator requirements when they have long term contracts that guarantee the return on investment. A large part of sustainable supply chains depends on first ensuring the socio-economic sustainability of the suppliers. The move in the early 1990s towards "guaranteed" accommodation contracts, in which operators would guarantee payment regardless of occupancy, was designed to secure accommodation and to mitigate financial risk but in fact laid the foundations of a more sustainable supply chain partnership. Because projects require time for companies to build knowledge and develop relationships, supply chain initiatives are unlikely to produce measurable short term results. Tour operators tend to require a steady and significant volume of operations with a supplier or destination if they are to

make a significant contribution and expect changes in local operations, whether this is in terms of contracting local people or influencing decision-making of suppliers.

It is very important nowadays to start '*doing business as unusual*', i.e. in a responsible way. The issues addressed in corporate responsibility practices are perceived as increasingly significant. Within the tourism industry it is generally agreed that there are increasing overall societal and environmental concerns, and that this will increase the demand for more sustainable destinations and travel preferences. These will increase the pressure for destination management policies and tour operator responsibility. The destination which were the result of overbuilding, are expected to face severe decline as consumers look for more attractive destinations that feature clean environment and well preserved natural and cultural attractions. Another trend affecting sustainable tourism is health and wellness. Active or adventure holidays, wellness and spa products and sun destinations are likely to increase in popularity. Authenticity or 'experiential tourism' is another trend. Artificial type destinations (e.g., theme parks), which do not meet higher consumer quality standards, will decrease as the consumer searches for the greater authenticity. Furthermore, there has also been an increase in tourists seeking meaning from their vacation experiences with resultant noticeable increase in the number of organisations that offer volunteer based travel or educational travel, notably from non-traditional NGO's such as Volunteer Services Overseas (VSO), etc. All those trends mean that we should expect decline in the demand of the Bulgarian mass tourism product. So what is necessary to develop the alternative tourism forms which we have the potential to offer but considering the importance of the summer and winter mass tourism forms for Bulgaria as a destination it should be stressed that developing the tourism

¹ Morrison, P. et al. (2006) Corporate social responsibility and economic performance, *Journal of Productivity Analysis*, Vol. 26, No. 3, pp. 207-211

product of the country according to the sustainable and CSR principles is vital for the Bulgarian tourism industry.

Analyzing customers' perceptions of CSR and sustainability

The market share of sustainable tourism is difficult to assess as many consumers do not just purchase one type of holiday. During the same year, they may choose a typical package sun and sand holiday as well as one that specifically caters to nature and adventure. Sustainable tourists are approximately 50% free and independent travellers (FIT) and 50% package tour travellers (those travelling with a tour operator). The majority of tourists seeking nature or adventure type holidays typically travel with niche or small scale operators as mass operators tend to accommodate sun, sea and sand packages.

Consumers claim to be keen to be informed by travel agents and tour operators how they can support the local economy, preserve the environment and behave responsibly whilst abroad. Furthermore, holidaymakers also claim to be willing to pay more for holidays which have the ethical characteristics they aspire to. However, as with many surveys of this nature, the following data is likely to be aspirational and biased by social desirability. The research of the Travel Foundation prepared by Nunwood in 2007¹ has aimed to minimise the impact of explicit questioning to uncover just how important sustainability factors are when choosing a holiday. It can be used to identify the characteristics of the tourism product which clients desire of. That gives the suppliers and the tour operators the main characteristics which should be integrated into the tourism product and would be estimated higher by the visitors. The results could be used to concentrate the efforts

required by the CSR and the sustainable tourism principles in the industry.

All the factors influencing the decision making for purchase a particular product which have sustainable elements are ranked by the costumers in order of importance.

The evening entertainment options are ranked 1st in order of importance of sustainable factors – 11%. The sustainable option of offering local music & dance would not dramatically increase the chances of a hotel being chosen if it already offered comedy & cabaret – but it is the highest ranked option. The survey shows 17% importance of level in impacting decision to purchase if the hotel offers no evening entertainment. Improving the service by offering evening entertainment of comedy/cabaret uplifts the importance within 22% and offering evening entertainment of local music and dance uplifts within 5% more. So 44% of the clients will take decision to book in a particular hotel because it offers evening entertainment of local music and dance which enhance the cultural interaction between the tourists and the host community.

Having a look at the results by subgroups gives us the profile of those who rank this sustainable factor as 1st in decision taking. They are well educated, at the age groups 25-34 years old and older than 65 and they spend more than 600 pounds per person per week stay.

In order of importance of the sustainable factors influencing the tourists' choice excursions were ranked 2nd with 9% of impact on the purchase decisions. Offering excursions to local attractions (than to tourist attractions) has a significantly positive impact on tourists choosing a particular holiday. 25% of them prefer excursions to be available to nearby tourist attractions when they book a trip. If there are even no pre-organised excursions 32% will prefer that and across the board the highest preference is for local attractions –

¹The Travel Foundation Consumer Research, Nunwood, 1st February 2007, [http://www.thetravelfoundation.org.uk/images/media/1_Consumer_Research_\(nunwood\)\(1\).pdf](http://www.thetravelfoundation.org.uk/images/media/1_Consumer_Research_(nunwood)(1).pdf)

43%. The differences between subgroups are the following:

- Less than £100 and £200-£299 spenders and 25-34s prefer tourist attractions over no pre-organised excursions;
- 18-24s prefer tourist attractions over local attractions.

Holidaymakers' greatest preference would be for a combination of well-known brands as well as local food. So that food & drink options are ranked 3rd in order of importance of all sustainable factors with 9% rating. Hotel offers a range of top international brands of food and drink will be chosen by 15% of those either wholly or jointly responsible for making the holiday decision. The percent uplifts within 20 if the hotel offers a range of food and drink from the local region. Having both international brands and local food & drink is the most preferred option by 49% of the clients. It is only the subgroup of the 18-24s with higher preference for international brands than for local food & drink.

Hotel type importance rating is 8%. A locally owned hotel is far more preferable to holidaymakers, though it must be remembered that this factor is lower down the importance ranking overall so it will have less impact on consumer preference. A hotel that is part of a bigger chain of hotels will be chosen by 24% of the tourists and a local family owned and managed hotel will be preferred by 76% of those responsible for making holiday decision. Differences by subgroup are:

- 18-24s have no difference in preference between the two types of hotel.
- The older the age group is the stronger the preference for locally managed hotels is.
- The more is spent on the holiday, the stronger the preference for a hotel chain is.

Ranked 5th in order of importance of sustainable factors is the hotel rating – 7%. This factor plays very little part in determining choice of a holiday, but

holidaymakers do see a 4 star hotel with an environmental award as being almost as desirable as a 5 star hotel which proves that sustainable and responsible behavior gives the opportunity to enhance the product quality and competitiveness. A 4-Star hotel rating is preferred by 26% but 4-Star hotel rating with a green award for its environmental practices is preferred by 35% of the tourists while the difference between this and a 5-Star hotel rating is just 4% (39% of those making holiday decisions). Differences by subgroup show that:

- Less than £600 spenders have no difference in preference between a 4* with a green award and a 5*.
- More than £600 spenders see no difference between a 4* and a 4* with a green award.

Tour operators and their suppliers should focus to maximise the sustainability and responsibility of their business and the future holidays with minimal harm to the standard of holiday as perceived by the consumer. They can do that by:

1. Using evening entertainment options as a key area to promote sustainability through.
2. Offering excursions to local attractions which also represent a key area to promote sustainability.
3. Using food & drink options potential for sustainable tourism: this is potentially an area where holiday makers will compromise for the sake of sustainable tourism.
4. Using holidaymakers' preference to go to green hotels that are locally run as another area of sustainable tourism that could be promoted.

However, factors linked to sustainable tourism which do not just benefit the host country, but also benefit the holidaymakers, specifically local culture through evening entertainment and culture & heritage through daytime excursions, represent key areas to promote to maximise sustainability of future holidays – these areas are still very important to the holidaymakers.

Докторант ВИКТОРИЯ КАЛАЙДЖИЕВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**АНАЛИЗ НА ИНОВАЦИОННАТА АКТИВНОСТ НА ПРЕДПРИЯТИЯТА ОТ
ИНДУСТРИАЛНИЯ СЕКТОР В БЪЛГАРИЯ**

**ANALYSIS OF THE INNOVATION ACTIVITY OF THE ENTERPRISES IN THE
INDUSTRIAL SECTOR IN BULGARIA**

PhD Student VIKTORIA KALAJDJEVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract : The article contains some problems of the innovation activity of Bulgarian industrial enterprises in the context of the requirements of the European Union about the development of a competitive economy based on knowledge. Therefore an analysis have been made for a sequence indicators- the part of innovative enterprises, the part of firms with new or improved products and their turnover, the share of enterprises with innovation cooperation, costs for scientific research and development activities. The driving force and growth in these indicators are disposed. It has been found the state of innovation activity of industrial enterprises and some problems are attached. Some conclusions have been made and it is specified the role of business' integration with the research institutions in order to make the innovation activity improved.

Key words: innovations, innovation activity, enterprises, industry, analysis, state

ВЪВЕДЕНИЕ

В последните няколко години Европа и светът са изправени пред може би най-голямата икономическа криза след Депресията от 1929 г. Налага се сериозно преосмисляне на политиката в областта на икономиката, създаване на комплексна стратегия за икономическо развитие на национално и световно ниво. Бизнес лидерите в света все по-осезаемо и силно разбират, че ключът за излизане от тази криза изисква нова философия, ново разбиране за това в каква посока да се продължи, за да може не само да бъде преодоляна кризата, а да бъдат създадени условия и възможности за нов икономически растеж и просперитет. Глобалните световни проблеми, свързани с дефицит в енергийните източници, опазване на околната среда и природните ресурси, демографския прираст и др. изискват смяна на парадигмата, качествено нов

подход и мислене в областта на икономиката. Един от основните проблеми на Европа е засилването на ролята на икономиката, основана на знанието¹, т.е. икономиката базирана на иновации, нови технологии и наука. Отчитайки това, в национален мащаб трябва да бъде създадена иновационна система, съобразена с тенденциите и практиките в европейски контекст, свързани с използването на информационни и комуникационни технологии, научния и технологичен продукт на страната, развитието на човешките ресурси и др. Сериозната корелация между конкурентоспособността и иновациите, правят последните изключително съществен и важен фактор в развитието не само на

¹Cooke, P. and Leydesdorff, L. (2006) Regional development in the knowledge-based economy: the construction of advantage, Journal of Technology Transfer, Vol. 31 No. 1, pp. 5-15

отделните предприятия, а и на националните и континентални икономики. Днес иновациите са по-важен фактор за икономическия растеж от традиционните земя, труд, инвестиционни средства. Ето защо управлението на иновациите заема важно място в икономическата и научно-техническата политика на най-развитите в стопанско отношение страни и е обект на особено внимание от страна на висшите органи на държавната власт.

Имайки предвид ролята на иновациите за развитието на икономиката и повишаването на нейната конкурентоспособност, целта на настоящата разработка е да се направи анализ на състоянието на иновационната дейност на индустриалните предприятия в България и да се оцени тяхната иновационна активност.

Във връзка с това са използвани аналитични материали, научни разработки и статистически данни и са приложени статистически методи за оценка на дейността на предприятията по прилагането на иновации.

АНАЛИЗ И ОБСЪЖДАНЕ

За времето на своето съществуване, понятието „иновация“, въведено в науката като нова икономическа категория от австрийския учен Йозеф Шумпетер в началото на миналия век, е претърпяло много и значителни промени, разширявайки значението си и увеличавайки икономическото си влияние за развитието на човечеството като цяло. В началото на появата си то се разглежда като инструмент за икономически успех, като откритие, техническа или инженерна новост, чието внедряване гарантира ефективност на производствения процес или предлаганата услуга. На един по-късен етап иновациите се разглеждат от редица автори като процеси, стратегии и различни бизнес модели. В началото иновациите се считат за лично откритие на изобретателя, по-късно те се преобразуват в групова дейност и се раз-

растват до иновации в предприятия, отрасли, региони и държави. Значението на иновациите постепенно еволюира от въпроса за оцеляването на отделни предприятия до ниво на държавна и световна политика.

Глобализирането на света превръща иновациите в един изключително сериозен фактор за развитието не само на икономическата, но и на социалната и научната сфера. Иновациите са свързани не само с развитието на икономиката, а с изграждането на нов мироглед за света.

В своята книга „Теория на икономическото развитие“ Йозеф Шумпетер разглежда иновационните промени в предприятието като промени в следните пет направления: продукция (създаване на ново благо, неизвестно на потребителите или на ново качество на същото или друго благо), технология (внедряване на нов метод на производство в даден отрасъл на промишлеността), пазари за пласмент (усвояване на нов пазар), суровини и материали, полуфабрикати (получаване на нов източник на суровини или полуфабрикати), организационни принципи и структура (осъществяване на реорганизация на производството, като например обезпечаване на монополно положение или подкопаване монополното положение на други предприятия). Според него иновацията е краен резултат от внедряването на нови идеи в практиката, материализирани в нови продукти, суровини, материали, нови технологии и т.н.¹

Иновацията е такова въведение, при което за даден субект е налице нещо, което още никога не е било или не е било точно такова. Обикновено, когато става дума за иновация, понятието се асоциира с нещо прогресивно, положително. Това на практика не винаги е

¹Schumpeter, J. A. (1934) The Theory of Economic Development. Harvard University Press, Cambridge, MA

така. В зависимост от правилността на тяхната употреба, иновациите могат да бъдат инструмент за просперитет или разруха. Редица иновации в краткосрочен план, отчитайки някаква неустойчива конюнктура на пазара могат да бъдат успешни за определен период, след което положителният знак се превръща в отрицателен. В по-общ план редица научни открития и прилагането им като иновации в практиката могат да бъдат отчетени като успех на отделно предприятие или производствен процес, водещи до финансова печалба, но да имат изключително негативен ефект в глобален мащаб, като откритията в областта на химията, ядрената енергия и тяхното прилагане. Все пак, необходимо е да се осъзнава, че без стремеж към иновационни активности и нововъведения не може да се очаква прогрес на човечеството.

Развитието се характеризира с промяна. В тази връзка на основата на анализа на теоретичните постановки на Шумпетер се разкрива, че: той разглежда иновацията като основен фактор на икономическия прогрес; новаторството е в основата на предприемаческата дейност, която със своето въздействие допринася за промени посредством нарушаването на статичното равновесие, съществуващо в икономиката; нововъведенията на базата на използването на нови комбинации, водят до промени в пазарите и влияят върху развитието на икономиката и икономическия растеж; организационно-стопанското новаторство е фактор за развитието на предприемаческата дейност, а източник на иновациите е знанието.¹ В тази връзка той посочва: „Развитието според нашето разбиране се определя като изпълнение на различни комбинации”, именно чрез „представянето на ново благо”, чрез „представяне на нов метод на

производство”, чрез „отваряне на нов пазар”, чрез „завладяване на нов източник на набавяне на сурови материали или полуфабрикати” и чрез „създаване на нова организация в която и да е промишленост, като създаването на монополна позиция или ликвидация на монополната позиция”.²

Иновационната активност на дадено предприятие се определя от фирмената и външната среда, а също така от знанията и уменията на предприемача.^{3,4} Особено важни са нематериалните ресурси, включващи знанието и уменията, организационните практики, репутацията на фирмата и продукта, организационната култура.⁵ Но сред най-важните са: начинът на управление (предприемачът, както и човешките ресурси, въввлечени в иновационните дейности, а също така и развитата иновационна структура в предприятието), резултатът от разработването и внедряването на нови идеи, размерът на фирмата и технологичния интензитет на сектора. Съществен елемент на външната среда са условията на сектора, в който оперира фирмата, разкрити най-добре от М. Портър (пазарна сила на потребителите и доставчиците, заплахата от нови конкуренти, заплахата от заместване на даден продукт и конкуренцията).⁶

Доколко предприятията са активни при осъществяване на иновационни дейности, дали се стремят да са

¹ Вж. по-подробно: Мадгеров, Р., Икономически и социални измерения на предприемачеството, унив. изд. „Н. Рилски”, Благоевград, 2013, с. 59-60

² Schumpeter, J. A. (1934) The Theory of Economic Development. Harvard University Press, Cambridge, MA

³ Wernerfelt, B. (1984) A resource-based view of the firm, Strategic Management Journal, Vol. 5 No. 2, pp. 171-80

⁴ Barney, J. B. (2001) Is the resource-based —view a useful perspective for strategic management research? Yes. Academy of Management Review, 26 (1), 41-56

⁵ Hall, R. (1993) A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. Strategic Management Journal, 14, 607-618

⁶ Портър, М. (2004) Конкурентното предимство на нациите. София, ИК „Класика и стил”

технологични лидери или предпочитат да следват първите, зависи до голяма степен от съдържанието на целите на предприятията, в контекста на тяхното развитие чрез обновяване - въпросите се отнасят до наличието на цели, свързани с отстраняване на продукти в края на жизнения цикъл; подобряване на качеството на продуктите; разширяване на продуктовия асортимент; навлизане на нови пазари, увеличаване на съществуващ пазарен дял (при офанзивна стратегия); своевременно въвеждане и изпълняване на нови нормативи, стандарти (проблем изключително актуален от гледна точка на присъединяването и конкурентното функциониране на предприятията на Европейския пазар), съхраняване на съществуващи пазари (дефанзивна стратегия); увеличаване на гъвкавостта на производството (най-често свързана с прилагане на нови технологии); намаляване на разходите на труд за единица краен продукт; намаляване на материалоемкостта; намаляване на енергоемкостта; намаляване на замърсяването на околната среда.¹

Всички предприятия имат положителна нагласа за иновационното поведение, което е необходимо, но не достатъчно условие за осъществяване на иновационни активности и постигане на съответни резултати. Оскъдният собствен научен и изследователски потенциал в предприятията, който е изключително важен източник на иновационни идеи, както и недостатъчното използване на сътрудничество с външни партньори - научни институти и университети, показва че в предприятията на практика няма необходимите условия за иновации.

Важно значение за повишаването на иновативността на предприятията има преодоляването на бариерите пред ино-

вациите. Редица фактори възпрепятстват осъществяването на иновационни дейности и постигането на иновационни резултати в едно предприятие. Бариерите за иновиране могат да се групират в няколко групи. Те са свързани с:

- ♦ финансирането (осъзнат значителен икономически риск; високи разходи за финансиране; недостиг на налични финансови средства за иновационните проекти и преки разходи за иновации);
- ♦ достъпа до информация – научна, технологична, нормативна, пазарна;
- ♦ човешкият фактор (недостиг на квалифициран технически персонал; недостиг на квалифициран управленски персонал; недостатъчен отклик на потребителите на новите продукти);
- ♦ организационно-управленски аспекти на осъществяването на иновационни процеси (организационна консервативност; липса на възможности за коопериране с други предприятия или технически организации, недостиг на външни технически услуги).²

На съвременния етап от обществено-икономическото развитие иновационната активност на предприятията има съществена значимост, която произтича от необходимостта да се осигурява висок растеж и развитие на високотехнологични отрасли и услуги базирани на знания. Това е един от основните приоритети, свързани с развитието на предприятията и предприемачеството, издигнат от Европейската комисия. Той засяга всички категории предприятия, но с особена сила се отнася за малките и средните предприятия (МСП), поради тяхната обществена значимост (те съставляват 98% от всички предприятия в ЕС). Във връзка с това К. Тодоров посочва, че иновацията „е изключително важна за МСП в местната, регионалната и националната икономика, тъй като

¹ Анализ на възможностите и тенденции за технологично развитие на българските предприятия (2010), изд. Българска стопанска камара, С., с.40. www.bia-bg.com

² Пак там, с.44

представлява възможност за придобиване на конкурентно предимство, което е потенциално по-силно от онова, базиращо се на цената“, защото то не е достатъчно за поддържане на дългосрочен ръст.¹ В законодателния документ на Европейската комисия за развитието на малкия бизнес като важен принцип е определен усъвършенстването на уменията в малките и средните предприятия, както и всички форми на иновация.² Спазването на този принцип е свързано с насърчаване на инвестициите в изследователската дейност. В цитирания документ се отчита, че не се използва достатъчно потенциала за изследователска и иновационна дейност. По данни, цитирани в него, през 2007 г. само около 3 от всеки 10 МСП в Общността са посочили, че имат нови продукти или приходи от нови продукти. Поради това като важна задача се издига необходимостта МСП да се интегрират успешно в изследователската общност и да се поощряват контактите им с университетите. Във връзка с решаването на проблема за иновационното развитие и повишаването на иновационната активност на предприятията се изисква страните-членки да насърчават всячески уменията на малките предприятия в иновационната дейност.³

Проблемът за иновационната активност е от съществено значение и за българските предприятия, поради тяхното изоставане и необходимостта от осигуряване на висок растеж. За състоянието на иновационната дейност на предприятията в България може да се съди от дела на иновативните предприятия, дела на предприятията, реализиращи нови продукти, дела на

оборота, реализиран от продажбата на нови продукти и други показатели.

Статистическите данни показват, че през периода 2006-2010 г. нараства общият брой на иновативните предприятия в страната, както и на тези от индустриалния сектор (вж. табл. 1). Най-голямо е нарастването в средните предприятия (с 50-249 заети лица), следвани от големите фирми. Този резултат показва, че средните и големите предприятия разполагат с по-големи възможности за осъществяване на изследователска и иновационна дейност. Видно е, че в микропредприятията не се осъществяват иновации, което налага необходимостта от специално внимание и насърчаване съобразно изискванията на Европейската комисия.

Данните в таблицата показват, че индустриалният сектор през 2010 г. има значително по-високи резултати в сравнение със сектора на услугите както по отношение на иновативните предприятия, така и по отношение на тези с технологични иновации. Но абсолютният прираст през 2010 г. спрямо базовата 2006 г. и в двата сектора е приблизително еднакъв, което според нас показва, че в сферата на услугите през периода нараства броят на предприятията, чиято дейност е базирана на висококвалифицирани знания, умения и иновации. Сравнявайки резултатите за групата на иновативните предприятия през 2010 спрямо 2006 г. е видно, че икономическата криза не е оказала негативно влияние върху техния дял и „дори е нараснал значително, което показва, че иновациите могат да се използват като важен инструмент за преодоляване на последиците от нея.“⁴

¹ Тодоров, К., Основи на дребния бизнес, изд. „Тракия-М“, С., 2000, с. 18

² SBA for Europe, ЕС, Съобщение на комисията до Съвета, Европейския парламент, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите, Брюксел, 2008, с. 5, www.government.bg

³ Пак там, с. 20-21

⁴ Мадгерова, Р. (2013) Икономически и социални измерения на предприемачеството, унив. изд. „Н. Рилски“, Благоевград, с. 387

Таблица 1. Дял на иновативните предприятия от общия брой на предприятията в България за периода 2006-2010 г. (%) и абсолютен прираст

Групи предприятия по икономически дейности и големина според броя на заетите лица	2006 Иновативни предприятия	2010		Абсолютен прираст на иновативните предприятия %
		Иновативни предприятия	Предприятия с технологични иновации	
Общо	20,2	27,1	17,7	6,9
Индустрия	23,8	31,1	22,3	7,3
Услуги	14,5	22,0	11,9	7,5
10-49	17,0	21,8	13,7	4,8
50-249	26,4	42,3	28,8	15,9
250+	52,7	63,2	47,8	10,5

Забележки: 1. През 2006 г. НСИ не наблюдава предприятията с технологични иновации, поради което не може да се направи съпоставка в този аспект. 2. За микропредприятията няма данни.

Източник: Иновации, НСИ, www.nsi.bg и собствени изчисления

В същия период обаче предприятията в страната бележат спад в иновациите, свързани със създаването или усъвършенстването на продукти (табл. 2). Както се вижда от Таблица 2, в периода е налице отрицателен прираст,

който според нас се дължи на последствията от икономическата криза. По-голямо е намалението в индустрията, отколкото в услугите, както и в големите предприятия, отколкото в малките и средните.

Таблица 2. Дял на предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия брой предприятия (%) и абсолютен прираст

Икономически дейности Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2006	2010	Абсолютен прираст %
Общо	8,3	5,3	-3,0
Индустрия	10,0	5,8	-4,2
Услуги	5,7	4,6	-1,1
10-49	6,6	4,0	-2,6
50-249	12,2	8,3	-3,9
250+	24,1	17,8	-6,3

Забележка: За микропредприятията няма данни за реализиране на такива продукти.

Източник: Иновации, НСИ, www.nsi.bg и собствени изчисления

През изучавания период предприятията от сферата на индустрията имат отрицателен прираст по отношение на оборота от нови или усъвършенствани за пазара и за фирмата

продукти, докато тези от сферата на услугите имат положителен резултат, макар и само с приблизително 1 % (табл. 3). Причината според нас е същата, според която се увеличава делът на

иновативните предприятия в тази сфера – прилагането на висококвалифицирани знания и умения, водещи до продуктови иновации. Анализът на резултатите по този показател според големината на предприятията разкрива, че прирастът при малките предприятия е минимален, а

при средните и големите е отрицателен. На основата на данните от таблицата очевидно се налага изводът, че кризата най-силно се отразява при реализацията на нови или усъвършенствани продукти в индустрията и големите предприятия.

Таблица 3. Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието и пазара, от общия брой на предприятията (%) и абсолютен прираст

Икономически дейности Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2006	2010	Абсолютен прираст
Общо	6,7	3,9	-2,8
Индустрия	11,1	5,3	-5,8
Услуги	1,7	2,6	0,9
10-49	1,3	1,4	0,1
50-249	3,4	2,3	-1,1
250+	10,7	6,1	-4,6

Забележка: За микропредприятията няма данни за реализиране на такива продукти.

Източник: Иновации, НСИ, www.nsi.bg и собствени изчисления

Делът на оборота, реализиран от съществуващи на пазара, но нови за предприятието или усъвършенствани от него продукти е най-висок в сферата на индустрията, докато в сферата на услугите в периода 2006-2010 г. се наблюдава отрицателен прираст (табл. 4). Сравнението с резултатите от Таблица 3 разкрива, че предприятията от сферата на индустрията в почти еднаква степен прилагат стратегии на разработване на нови продукти и на внедряване в производството си на утвърдени на пазара продукти. Дори с 0,1 процентни пункта е по-висок делът на фирмите, прилагащи втората стратегия (внедряване на съществуващи продукти) от този на избралите първата стратегия.

Съпоставяйки промените в предприятията според тяхната големина в зависимост от заетите в тях лица, може да се посочи, че големите предприятия за разлика от малките и средните в наблюдавания период отбелязват нарастване на този дял. Но те еднакво успешно, въпреки затрудненията, произтичащи от кризата, прилагат и двата подхода – разработване на нови (табл. 3) и внедряване на съществуващи на пазара успешни продукти.

В малките и средните предприятия тенденцията на намаляване на дела се запазва и се отчита отрицателен прираст, като резултатите, сравнени с предходните (табл. 3), са приблизително еднакви и разликите са пренебрежимо малки.

Таблица 4. Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара, от общия брой на предприятията (%) и абсолютен прираст

Икономически дейности Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2006	2010	Абсолютен прираст %
Общо	3,6	3,7	0,1
Индустрия	2,8	5,4	2,6
Услуги	4,5	2,1	-2,4
10-49	1,4	1,2	-0,2
50-249	3,2	2,9	-0,3
250+	4,8	5,5	0,7

Забележка: За микропредприятията няма данни за реализиране на такива продукти.

Източник: Иновации,НСИ, www.nsi.bg и собствени изчисления

От показателите в Таблица 4 може да се направи извод, че по-рентабилни и ефективни са иновациите в нови за предприятието продукти, но не и нови за пазара. Това е логично поради факта, че натрупаният опит и възможността за модифициране и вариативност при използването на съществуващи иновационни решения, дава по-добър ефект. Направеният по-горе извод обаче едва ли се отнася за всички сектори, особено за онези, които се характеризират със своята динамичност, например иновациите в сферата на информационните технологии, съобщителната и телекомуникационната техника, еко и енерго-спестяващите технологии, технологии, свързани със здравето и др., при които най-голям ефект и икономически дивиденти обикновено получава новаторът в областта. Същото се отнася и за иновационните решения, имащи стратегически характер, свързани

с лицензиране и патентоване на иновационния продукт или технология.

Съществено значение за разгръщането на иновационната дейност на предприятията има интегрирането на усилията с други предприятия. Това е добра стратегия особено за по-малките предприятия, които нямат достатъчно финансови средства и научен потенциал за иновации. Статистическите данни сочат, че за периода 2006-2010 г. най-голямо положително изменение в иновационното сътрудничество имат големите предприятия. Абсолютният прираст по показателя „дял на предприятията с иновационно сътрудничество“ при тази група е в размер на 14,4% - с 13 процентни пункта по-голям в сравнение с величината на този показател при средните предприятия (табл. 5). Съпоставката между индустрията и услугите по отношение на този показател разкрива, че по-висок е прирастът в сферата на услугите.

Таблица 5. Дял на предприятията с иновационно сътрудничество от общия брой предприятия и абсолютен прираст - (%)

Икономически дейности Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2006	2010	Абсолютен прираст
Общо	21,2	22,4	1,2
Индустрия	18,6	18,8	0,2
Услуги	28,1	31,0	2,9
10-49	19,9	19,0	-0,9
50-249	20,9	22,3	1,4
250+	30,1	44,5	14,4

Забележка: За микропредприятията няма данни за иновационно сътрудничество.

Източник: Иновации, НСИ, www.nsi.bg и собствени изчисления

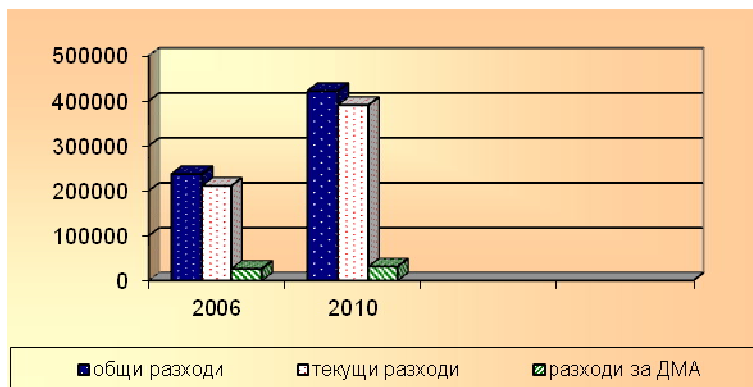
По-обстойното и задълбочено разглеждане на проблема за иновационната дейност на предприятията налага необходимостта да се обърне внимание и на нейното финансово обезпечаване. То може да бъде характеризирано с помощта на показателя „разходи за научно-изследователска и развойна дейност“. Те могат да се разглеждат в тяхната динамика, а така също и според тяхното предназначение, структура по сектори (предприятия, висше образование, държавен сектор и нетърговски организации), по икономически дейности, според разпределението им по икономически райони и други направления.

Статистическите данни сочат, че през 2010 г. настъпва положителна, от гледна точка на европейския модел, промяна в структурата на разходите за НИРД по институционални сектори. Разходите за НИРД включват текущите разходи и разходите за придобиване на дълготрайни материални активи, предназначени за НИРД. Разходите за НИРД през 2010 г. са нараснали почти двойно в сравнение с 2006 г., като се запазва и тенденцията на ежегодно нарастване на техния обем през периода 2006-2010 г. (тяхната величина през 2010 г. е 421 612

х. лв. и нарастването в сравнение с 2006 г. е в размер на 184 576 х. лв.)¹ (фиг. 1). Интензивността на НИРД е един от ключовите показатели за измерване на напредъка на Европейския съюз в достигане на целите на новата стратегия „Европа 2020“ – стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Най-голямо нарастване се наблюдава в сектор „Предприятия“, следван от сектор „Висше образование“ (фиг. 4). Но трябва да се има предвид, че направените разходи са почти изцяло текущи (главно заплати) и малка част от тях са за придобиване на ДМА (фиг. 1, 2 и 3). Необходимо е да се отбележи, че за разлика от останалите сектори, през 2010 г. се наблюдава отрицателен прираст в сектор „Предприятия“ в сравнение с 2006 г. по отношение на разходите за дълготрайни материални активи, но тези разходи нарастват съществено в сектор „висше образование“ (с 5 898 х. лв. спрямо 2006 г., когато са в размер само от 2 353 х. лв.).

¹ Разходи за НИРД по видове и сектори, 2006-2010, НСИ, www.nsi.bg

Фигура 1. Динамика на разходите за НИРД в хил. лв. за 2006-2010 г. по видове

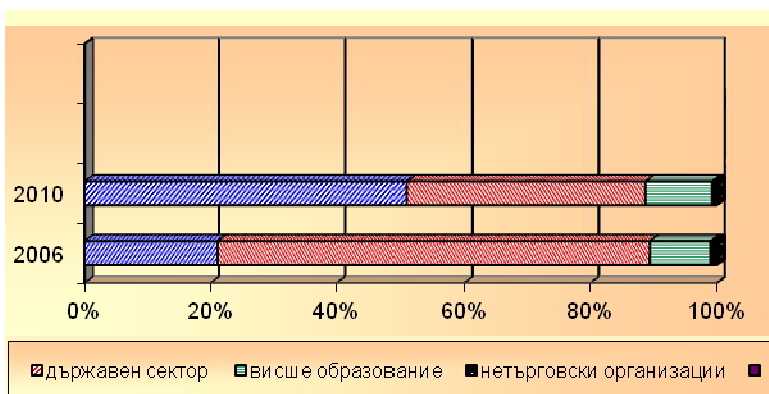


Източник: Разходи за НИРД по видове и сектори, НСИ, www.nsi.bg

През наблюдавания период абсолютното нарастване на текущите разходи е от 179 561 х. лв. – 85,2%, а на разходите за дълготрайни материални активи – 5 015 (19,2%). Това потвърждава нашият извод, че значителната част от средствата за НИРД се изразходват предимно за

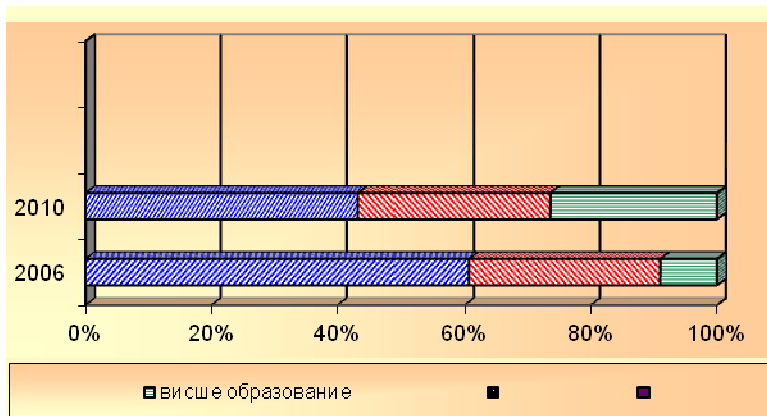
текущи нужди и не се използват в достатъчна степен за придобиване на нови дълготрайни материални активи, необходими за научно-изследователската и развойната дейност, което според нас се отразява на ефективността на иновационната дейност.

Фигура 2. Динамика на дела на текущите разходи за НИРД в хил. лв. за периода 2006-2010 г. по сектори



Източник: Разходи за НИРД по видове и сектори, НСИ, www.nsi.bg

Фигура 3. Динамика на дела на разходите за придобиване на дълготрайни материални активи в разходите за НИРД в хил. лв. за периода 2006-2010 г. по сектори



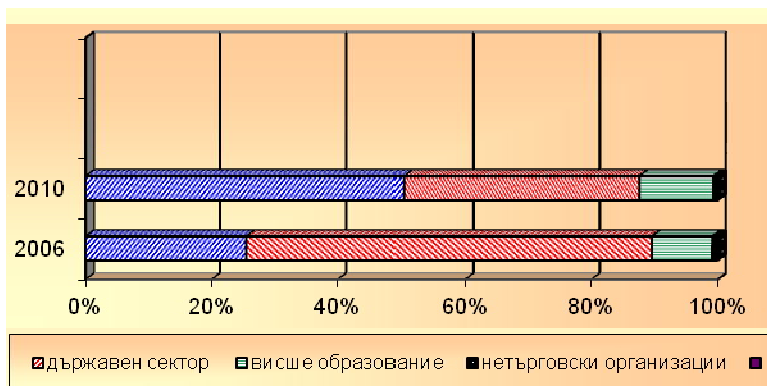
Забележка: За периода НСИ не отчита разходи за дълготрайни материални активи в нетърговските организации

Източник: Разходи за НИРД по видове и сектори, НСИ, www.nsi.bg

Съпоставката на разходите за НИРД по сектори показва, че през 2010 г. значително нараства техният дял в предприятията (в абсолютно изражение с 151 706 х. лв. спрямо 2006 г., в която те са 60 401 х. лв.) и във висшето образование (с 26 871 х. лв. срещу 22 675 х. лв. през 2006 г.) за сметка на

дела на разходите в държавния сектор (които бележат по-малък абсолютен прираст в размер на 5 220 х. лв. на база разходи през 2006 г. в размер на 151912 х. лв.). Незначително нарастване се наблюдава в нетърговските организации (779 х. лв. при база 2 048 х. лв.) (фиг. 4).

Фигура 4. Разходи за НИРД по сектори в хил. лв. за периода 2006-2010 г.



Източник: Разходи за НИРД по видове и сектори, НСИ, www.nsi.bg

През 2010 г. в сравнение с 2006 г. най-голямо е нарастването на разходите за НИРД при микро и малките предприятия, докато при тези с до 499

заети лица се наблюдава отрицателен прираст. Положително е изменението и при най-големите фирми с над 500 наети лица (табл. 6). Според експертите,

основните причини за увеличаване на инвестициите в иновации през 2010 г. са две – положителните последствия от членството в ЕС и кризата, за

преодоляването на която, както се вижда от анализиранияте резултати, предприятията прилагат стратегията на нововъведения.

Таблица 6. Разходи за НИРД в сектор предприятия по големина на предприятията (хил. лв.)

Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2006	2010	Абсолютен прираст
Общо	60 401	212 107	151 706
0– 9	4 272	14 129	9 857
10 – 49	13 620	19 991	6 371
50 - 249	16 152	..	-
250 - 499	6 760	5 837	-923
500 или повече	19 597	20 136	539

Забележка: „..” – конфиденциални данни (НСИ)

Източник: Разходи за НИРД, НСИ, www.nsi.bg и собствени изчисления

Анализът на разходите по икономически дейности (според поддържаните от НСИ данни) показва значително нарастване в преработващата промишленост – с 8 051 хил. лв. (от 25 036 хил. лв. през 2006 на 33 087 хил. лв. през 2010 г.) и в агрегираната група, включваща търговия и ремонт на автомобили и мотоциклети – с 4 566 хил. лв. В този сектор увеличението е особено значително – от 729 хил. лв. през 2006 г. разходите за тази дейност са се повишили на 5 295 хил. лв. през 2010 г.¹ През 2010 г. са съществени разходите за тази дейност и в сектор „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения” – 8 871 хил. лв. Значително изоставане във финансовото осигуряване на новаторската дейност се наблюдава в секторите „Селско, горско и рибно стопанство” (едва 481 хил. лв.

през 2010 г.) и „Хуманно здравеопазване и социална работа” (193 хил. лв.)².

Прегледът на разходите за НИРД на предприятията по статистически райони показва за 2010 г. най-висок дял в Югозападен район за планиране (85,4% от общите разходи на предприятията за годината), което е естествено, поради неговата най-висока развитост и наличието на столицата на страната в него. Разходите в този район бележат и най-голямо нарастване – в абсолютно изражение в размер на 140 098 хил. лв. (от 40 928 хил. лв. през 2006 те са достигнали равнище от 181 026 хил. лв. през 2010 г.), което се отразява и на общото нарастване на разходите за районите от Южна България – почти 4 пъти в сравнение с 2006 г. (399%). Разходите за НИРД на районите за планиране от Южна България (Югозападен, Южен централен и Югоизточен) са значително по-високи от тези в Северна България (Северозападен, Северен централен и

¹ **Забележка:** за останалите икономически дейности НСИ не представя данни или те не са достатъчни, за да направи съпоставка за измененията през периода.

² Разходи за НИРД в сектор предприятия по икономически дейности, НСИ, www.nsi.bg

Североизточен) – съответно 94,8% и 5,2%.¹

Направените анализи на иновационната дейност и разходите за нейното осъществяване разкриват все още недостатъчна, но нарастваща иновационна активност на предприятията, както и по-добро обезпечаване на дейността с финансови средства. Според нас този процес е резултат от:

- ✓ по-доброто управление на новаторската дейност в предприятията;
- ✓ разбирането на иновациите като важен инструмент за повишаване на конкурентоспособността и преодоляване на негативните последици от кризата;
- ✓ целевото заделяне на финансови средства за осъществяване на иновации;
- ✓ по-високите умения и натрупания опит в усвояването на средства за иновации по европейски програми.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Важно значение за по-нататъшното разгръщане на иновационната дейност на предприятията има тяхната непосредствена връзка с научните институции. В Европа отдавна е постулирано, че трябва да се развива икономика основана на знанието. За съжаление в България могат да бъдат дадени малко положителни примери в тази посока, със сериозен икономически ефект и резултати, свързани с реални контакти и съвместни дейности между българската наука и висше образование, представени от БАН и българските университети от една страна и бизнесът от друга. Едва през последните една-две години се забелязват по-сериозни опити и резултати за промяна на съществуващото статукво.

¹ Разходи за НИРД по статистически райони и сектори, НСИ, www.nsi.bg

Институтите на БАН и университетите получиха възможността чрез финансиране от оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ да променят своите учебни планове и програми с участието на представители на бизнеса, така че да ориентират образователния процес и изследователската дейност към практиката и изискванията на пазара. Същото се отнася и до възможността за разработване на проекти, свързани с оперативна програма „Конкурентоспособност“, където висшите училища получават добра възможност за финансиране, свързано с ДМА. Изграждането на специализирани лаборатории, свързани с научно-изследователска и развойна дейност, осигурява на бъдещите специалисти с висше образование възможността да получат по-добра практическа подготовка, знания, умения и компетенции. Изключително полезна е и инициативата на БАН за създаването на академични центрове съвместно с осем от големите български университети (в т.ч. извънстолични) и някои от големите и водещи представители на предприятията от индустриалния сектор и услугите.

От изключително значение за България е опитът за създаването на нова оперативна програма за периода 2014-2020 г., а именно „Наука и образование за интелигентен растеж“. Нейното приемане ще осигури възможността чрез финансиране от ЕС реално да бъде осъществена връзката образование, наука и бизнес. Това несъмнено ще осигури реални възможности и благоприятна среда за нови продуктови, процесни, маркетингови и организационно-управленски иновационни активности, което ще доведе и до повишаване на конкурентоспособността и икономическото представяне на предприятията от индустриалния сектор и услугите.

В контекста на изграждане на национална иновационна стратегия са необходими задълбочени и сериозни

усилия за създаване на условия и политики, стимулиращи иновационната активност и НИРД. Излизането от кризата и гарантирането на сравнително устойчив икономически растеж задължава регионалните икономики да бъдат гъвкави, да се променят, да насърчават и активно да участват в националната иновационна политика. Това може да бъде осъществено, само ако в национален мащаб и в рамките на Лисабонската стратегия бъдат съгласувани приоритетите и политиките за развитие на образованието, науката, технологиите и иновациите. Това обаче предполага регионално сближаване на показателите за иновационен потенциал и технологично развитие, реално работещи закони и нормативна база за публично-частното партньорство и интелектуална и индустриална собственост. Освен това е необходимо и създаване на инфраструктура за изследователска, иновационна и посред-

ническа дейност, активност, осигуряваща достъп до национално и европейско финансиране в областта на иновациите, нова офанзивна иновационна и предприемаческа култура в обществото.

Във връзка с разгръщането на иновационните процеси в страната Джанамитра Деван, вицепрезидент на Световната банка, посочва, че „България има уникалната възможност да насочи икономиката си по пътя на интелигентния и устойчив растеж, при който науката, технологиите и иновациите играят централна роля, възползвайки се най-добре от наличните фондове на ЕС“. Според нас тази възможност следва да бъде осмислена и претворена на практика посредством политика на държавата и предприятията, съобразена с изискванията и стандартите на Европейския съюз и водеща до значително по-високи резултати от постигнатите до момента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ на възможностите и тенденциите за технологично развитие на българските предприятия (2010), изд. Българска стопанска камара, С., www.bia-bg.com
2. Маджерова, Р. (2013) Икономически и социални измерения на предприемачеството, унив. изд. „Н. Рилски“, Благоевград
3. Портър, М. (2004) Конкурентното предимство на нациите, ИК „Класика и стил, С.
4. Иновации, НСИ, www.nsi.bg
5. Разходи за НИРД по видове и сектори, НСИ, 2006-2010, www.nsi.bg
6. Разходи за НИРД в сектор предприятия по икономически дейности, НСИ, www.nsi.bg
7. Разходи за НИРД по статистически райони и сектори, НСИ, www.nsi.bg
8. Тодоров, К., Основи на дребния бизнес, изд. „Тракия-М“, С., 2000
9. Barney, J. B. (2001) Is the resource-based —view a useful perspective for strategic management research? Yes. *Academy of Management Review*, 26 (1)
10. Cooke, P. and Leydesdorff, L. (2006) Regional development in the knowledge-based economy: the construction of advantage, *Journal of Technology Transfer*, Vol. 31 No. 1
11. Hall, R. (1993) A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14
12. Schumpeter, J. A. (1934) *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, MA
13. Wernerfelt, B. (1984) A resource-based view of the firm, *Strategic Management Journal*, Vol. 5 No. 2
14. SBA for Europe (2008), ЕС, Съобщение на комисията до Съвета, Европейския парламент, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите, Брюксел, www.government.bg

Гл. ас. АННА ХРИСТОВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИПСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**ВЪНШНОПОЛИТИЧЕСКИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ПОЛИТИКАТА ПО
ОКОЛНА СРЕДА НА ЕС**

**FOREIGN POLICY DIMENSIONS OF THE ENVIRONMENTAL POLICY OF THE
EUROPEAN UNION**

Chief Assistant Prof. ANNA HRISTOVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: Unlike the traditional international law, EU's environmental policy shows some specific features. Environmental policy involves not only governmental but also non-governmental participants, who are engaged in activities in multiple regions all over the world. The ecological problems reveal in bigger degree than the economical ones the interdependence between countries and people. It is an undisputed fact that no country, no matter how powerful it is, could deal with the ecological problems alone, without any transnational cooperation. That is why, the protection of the environment has acquired foreign-political dimension. United Nations are assigned the leading part in the process of handling the global challenges, which are related to the protection of the environment on an international level. UN actively participates in general and specialized international conferences on ecological issues, which leads to the conclusion that the ecological problems, and more specifically the ones regarding the protection of the environment which are of special interest to EU, are already finding adequate solutions within UN and its specialized organizations.

Key words: European Union, environment, environmental policy, the United Nations, foreign policy dimensions, international conferences, sustainable development, climate, global warming

От средата на XX век въпросите, свързани с опазването на околната среда, са едни от основните проблеми, засягащи международното публично право. Глобалните климатични промени, замърсяването на въздуха, водата и почвата, постепенното ограничаване на биологичното разнообразие в природата доведоха до необходимостта от предприемането на превантивни и възстановителни действия по отношение на околната среда, които да гарантират, че природните условия ще се запазят благоприятни за живот. Като резултат от всичко това международното и националното екологично право претърпява динамично развитие и придобива влияние върху различни аспекти на обществените отношения.

Понастоящем Европейският съюз е един от най-активните участници в изработването на механизми за защита и превенция на околната среда. Това обаче не винаги е било така. Началото на институционалната европейска екологична политика се поставя по време на състоялата се през 1972 г. в Париж среща на държавните и правителствени ръководители на на 9 - те държави членки на Европейските общности в през този период. Декларираното от участниците желание да насочат усилията си към използване на икономическия растеж за подобряване на жизнения стандарт чрез подобряване на околната среда е нов момент в рамките на общата парадигма на целите и решенията на Общността през седемдесетте години. Като

конкретен резултат от този наистина основополагащ за Европейския съюз/общности в областта на опазването на околната среда акт са последвалите го общо седем Програми за действие в областта на околната среда. Всяка от тези програми е представлява ключов документ, идентифициращ основните проблеми и предизвикателства пред политиката по опазване на околната среда. В тази връзка е и сега действащата Седма програма, която се характеризира със своя стратегически замисъл и е с обхват на действие до 2020 г. Освен това чрез подобни актове се изразява еволюцията и динамичното развитие на екологичната политика на ЕС, която намира пряко отражение в екологичното право на Съюза, както и в националните законодателства на държавите членки.

Политиката по околна среда на ЕС проявява специфични отраслови особености. Така например, за разлика от традиционното международно право, тук се появяват освен държавни и недържавни участници, които са ангажирани с дейности в редица региони по света. Важно е да се отбележи, че екологичните проблеми разкриват, дори в по-голяма степен от икономическите, взаимозависимостта между държавите и хората. Неоспорим факт е, че никоя държава, независимо от това колко развита е, не би могла да се справи самостоятелно с екологичните проблеми, без транснационално сътрудничество. Ето защо считам, че защитата на околната среда придобива външно-политически измерения. Водеща роля и място в процеса на посрещане на глобалните предизвикателства, свързани с опазването на околната среда в международен мащаб, се отрежда на ООН. Тя активно участва в общи и специализирани конференции по екологични проблеми, което ми дава основание да достигна до извода, че екологичните проблеми и в частност

проблемите по опазване на околната среда, засягащи Европейския съюз, намират адекватни решения в рамките на ООН и специализираните ѝ организации.

Първата проява на ООН, свързана с проблемите на околната среда, е от края на 40-те години на миналия век, когато през 1949 г. тя провежда в Лей Саксес, САЩ, международна техническа конференция по опазване на природата¹. Под егидата на ООН се провеждат три конференции по морско право, както и световни форуми по глобални екологични проблеми – в Стокхолм, Рио де Жанейро, Йоханесбург, Найроби, Копенхаген, Доха, които оказват важно значение за формирането и развитието на екологичната политика на Европейския съюз.

През 1972 г. в Стокхолм се провежда световна конференция на ООН, в която участват делегати от 113 страни и 40 международни организации, известни учени и обществени дейци. На срещата се дискутират въпроси, касаещи пълноценното използване на природните ресурси, идентифицирането и контрола върху най-важните видове замърсявания и международното сътрудничество по проблемите на околната среда.

Безспорно най-важният резултат на Конференцията в Стокхолм е предложението за признаване на правото на човечеството на благоприятна околна среда: „Човекът има правото на свобода, равенство и адекватни условия на живот в околната среда, качеството на която позволява да се живее достойно и благополучно”, както и задълженията на правителствата да запазват и да подобряват тази среда. Провеждането на този научен форум извършва поврат в представите за промените в заобикалящия ни свят. От разбирането за непосредствените щети, които природата може да нанесе на

¹ Извлечено на 12.01.2014 г. от: http://www.bg-pravo.com/2010/05/22_21.html

благосъстоянието на хората, околната среда започва да се разглежда като "естествен капитал", който трябва да се използва рационално и хармонично, като се отчитат възможностите на природата и потребностите на населението на Земята.

Като резултат от Стокхолмската конференцията се приема и План за действие, състоящ се от 109 препоръки, адресирани към националните правителства и международните организации в областта на околната среда. Създава се нова междуправителствена организация в системата на ООН – Програма на ООН по околната среда (UNEP/ЮНЕП), със седалище Найроби, Кения, която изпълнява координираща и стимулираща функция по отношение на сътрудничеството в областта на опазване на околната среда и природните ресурси. Основните функции на ЮНЕП са насочени в три основни направления. Първото е концентрирано върху създаването на глобална система за мониторинг /наблюдение/ на околната среда. Второто – към изграждане на международна справочна система за информация върху околната среда, а третото – към воденето на международен регистър на потенциално опасните токсични вещества. Основен приоритет на ЮНЕП е подпомагане на развиващите се държави при подготовката на техните национални законодателства в областта на околната среда.

Проведеният в Стокхолм научен форум определя кръга на първостепенните задачи, които са необходими за решаване в началния етап на процеса на създаване на нови форми на взаимодействие между природата и обществото.¹

Друг важен момент при формирането на съвременната екологична политика на ЕС е Втората конференция на ООН по околната среда и развитието,

проведена в Рио-де-Жанейро, Бразилия, през 1992 г. Тя се провежда под мотото: „Нашият последен шанс да спасим планетата“. Считам, че с провеждането на този научен форум се бележи възход в развитието на международното право в областта на околната среда. Утвърждават се два основни принципа на съвременната екологична политика, а именно: правото на човека върху благоприятна околна среда и устойчиво развитие и правото на информация за състоянието на околната среда.²

Пряк резултат от „Форума на века“ е приемането на редица основни документи с голямо значение като Декларацията за околната среда и развитието, в която са формулирани 27 основополагащи принципа на устойчивото развитие, Програмата известна като Дневен ред за XXI век „Agenda 21“³, в който са застъпени основните цели за социално, икономическо и екологическо устойчиво развитие на човешката цивилизация през идващото столетие, Конвенцията за биологичното разнообразие и Рамковата конвенция на ООН по изменението на климата.⁴

² Коптюг, В., На пути к устойчивому развитию цивилизации, Свободная мысль, 1992, № 14, с. 7.

³ Програмата „Agenda“ 21 е една глобална програма за действие за устойчиво развитие. Документът съдържа 40 глави и около 800 страници, в които се описват най-важните проблеми, които стоят на пътя на устойчивото развитие. Част I се занимава с обществената система – борбата с бедността и подобряване на здравеопазването. Част II – управление на ресурсите, се занимава със защитата на земната атмосфера, природните ресурси, горите, пустините и алпийските зони. Дейности, които могат да бъдат опасни, като биотехнологии и отпадъци също са взети под внимание. Част III определя 9 социални групи, които са важни за процеса на Дневен ред 21 – жени, деца и младежи, аборигени, неправителствени организации, общини, работници и профсъюзи, бизнес и индустрия, научни и технологични общности и селяни. Част IV се занимава с начина, по който целите могат да се постигнат, т.е. обучение и финансиране.

⁴ Бекарова, Н., Протоколът от Киото - надежда за

¹ Колбасов О.С., Екология: политика – право, Москва, изд. Наука, 1976 г., с. 28-29.

Основните цели на цитираните по-горе две конвенции са свързани с достигане стабилизацията на съдържанието на парниковите газове в атмосферата и осигуряване на устойчиво използване на генетичните ресурси на планетата.¹

Особено значение за формирането на съвременната екологична политика на ЕС има и проведената от 26 август до 4 септември 2002 г. в Йоханесбург, Южна Африка, конференция по устойчиво развитие. По време на научната среща се акцентира на „устойчивото развитие“ като на един от основните въпроси от международния дневен ред. Концепцията за устойчиво развитие е разширена и засилена, особено що се касае до взаимовръзката между икономическото и социалното развитие и опазване на природните ресурси.

На последното пленарно заседание от научния форум участниците приемат политическа декларация, която има за цел да призове всички страни по света да работят за всеобщото благоденствие, а също така и план за действия за борба с бедността и опазване на земната екология. С приемането на този документ се предвижда провеждането на широкомащабни акции, осигуряващи достъп на стотици милиони хора до чиста вода и електрическа енергия, както и намаляване на нивото на бедността до 50 % към 2015 г.

Важно значение за развитието на екологичната политика на ЕС има и проведената от 6 до 17 ноември 2006 г. в Найроби, Кения, Конференция на ООН

по изменение на климата. На нея присъстват политици, учени и природо-защитници от 189 страни, които за пореден път поставят въпроса за обединяване на усилията по посока на ограничаване на антропогенното въздействие върху основните компоненти на екосистемата и предизвиканите на тази основа промени в климата.

Проблемите, свързани с промените в климата и глобалното затопляне, са обект на анализ и по време на проведената през 2009 г. в Копенхаген международна конференция на ООН по въпросите на околната среда. На нея присъстват 192 държавни глави и около 100 климатолози, което дава основание на медиите да критикуват нейния подчертано политически характер и същевременно да окачествяват срещата на върха в Копенхаген като последен шанс да бъде спасена планетата от катастрофално затопляне. Начертани са опасностите, които грозят човечеството, животинските видове и земните ресурси.

Срещата обаче не се оказва особено ползотворна. Тя приключва с общо споразумение от 6 страници и обща цел да бъдат взети мерки, за да не се повиши температурата на Земята с повече от 2 градуса по Целзий. Не се приемат никакви мерки за ограничаване на вредните емисии на парниковите газове, няма и решение за отпускане на финансова помощ за най-бедните и най-засегнатите страни от глобалното затопляне.

Конференцията в Копенхаген търпи много критики от страна на политици и видни общественици. Така напр., националният секретар на френската Социалистическа партия по въпросите на енергетиката Орели Филипети счита, че подписаният договор е само „*списък с добри намерения. Отсъствието на споразумение да бъдат намалени емисиите на вредни газове с 50% до 2050 г. е провал, който ще има в бъдеще тежки последствия...*“.

общото ни бъдеще, Военен журнал 2005 г., с. 5-6.

¹ Главната задача на Рамковата конвенция на ООН по изменението на климата е да се стабилизира съдържанието на парниковите газове в атмосферата на равнище, при което няма опасност човешката дейност да продължи да влияе върху баланса на климатичната система на планетата. Това трябва да се осъществи в срок, който ще даде възможност на екосистемите постепенно, по естествен път да се адаптират към климатичните изменения.

Президентът на Венецуела Уго Чавес (1954 г. – 2013 г.) иронизира конференцията с думите: „ако климатът беше някоя финансова банка, отдавна да са я спасили“. Твърде недовлетворени от срещата остават и представителите на екологичните организации.¹

Безспорно обаче, проведеният научен форум, макар и не съвсем успешен, оказва влияние върху еволюцията на съвременната екологична политика на Европейския съюз, тъй като се изясняват редица съществени проблеми на околната среда. Широката общественост е запозната с реалните, сериозни екологични проблеми, които трябва да бъдат решени, тъй като „спасяването на Земята от катастрофа зависи също от всеки един отделен човек, от неговия избор и неговата отговорност като консуматор“.²

Важен момент за формирането на единна екологична политика на Европейския съюз е и Конференцията на ООН за устойчиво развитие „Рио+20“³, проведена в Рио де Жанейро, Бразилия, в периода от 20 до 22 юни 2012 г. Основната цел на научния форум е постигане на прозрачност, обществено участие както и достъп до правосъдие по проблеми, свързани с околната среда. Държавите обединяват усилията си в търсене на нови механизми за ограничаване на парниковия ефект и овладяване на промените в климата, които биха могли да доведат до унищожаване на човечеството. Съвсем

основателно проф. д-р Стефка Наумова счита, че именно с провеждането на тази конференция се бележи възход в развитието на международното право в областта на опазването на околната среда, най-вече с утвърждаването на Принцип 10⁴, отнасящ се до правото на информация за състоянието на околната среда.⁵

Финалният документ на „Рио+20“ дава възможност за едно по-ефективно прилагане на по-горе цитирания Принцип 10. Предвижда се засилена роля на Програмата на ООН за околна среда (ПООНОС), която следва да осигури активното участие на всички заинтересовани държави, да открие добри практики и модели и да проучи нови механизми за повишаване на прозрачността и ефективното ангажиране на гражданското общество.⁶

Широкомасштабните проблеми, свързани с изменението на климата, са предмет на разисквания и по време на ежегодната Конференция на страните по Рамковата конвенция на ООН по изменение на климата (РКОНИК) и Срещата на страните по Протокола от Киото, проведена в периода от 26 ноември до 8 декември 2012 г. в Доха, Катар.

Страните по Конвенцията приемат втори период на задължения по

¹ Атанесян К., От Стокхолм до Копенхаген – обзор на значими международни конференции на ООН по околната среда, ВСУ „Черноризец Храбър“, 2004 г., с. 25-27.

² Цитираната фраза е на бившия вицепрезидент на САЩ - Ал Гор. На 12 октомври 2007 е присъдена Нобелова награда за мир на Ал Гор и на отдела на ООН по въпросите на климата за усилията им относно повишаване на информацията за климатичните проблеми (IPCC).

³ За повече информация виж официалния сайт на Конференцията: <http://www.uncsd2012.org/resources.html>.

⁴ Прокламираните в Принцип 10 права са гарантирани с Орхуската конвенция, приета през 1998 от Икономическата комисия за Европа на ООН. Принцип 10 е в основата на приемането на закони, гарантиращи правото на достъп до екологична информация в над 100 държави, разпоредби за задължително обществено участие във вземането на решения за околната среда в над 120 държави и създаването на специализирани съдилища в над 40 държави. Ефективното прилагане на Принцип 10 е в основата на постигането на устойчиво развитие.

⁵ Наумова, С., Основни въпроси на екологичното право, Институт за държавата и правото-БАН, 2012 г., с. 24.

⁶ Подробен и задълбочен анализ на Заклучителния документ вж. на интернет адрес: <http://www.accessinitiative.org/blog/2012/06/approved-text-rio20-raises-hopes-principle-10>

Протокола от Киото¹, както и Пътна карта за разработването на ново споразумение относно изменението на климата, което да обвърже всички големи икономики в света, включително бързо развиващите се страни като Китай и Индия. Предвижда се новото глобално споразумение да бъде прието на 21-та Конференция по климата през 2015 г. и да влезе в сила от края на 2020 г. Удължава се срокът на Протокола от Киото с 8 години, считано от 1 януари 2013 г. до 31 декември 2020 г., когато се очаква да влезе в сила новото глобално споразумение за климата.

Държавите вземат решение за провеждането на инициативи, чиято основна цел е намаляване на емисиите парникови газове, с оглед увеличаване на амбицията в съответствие с научно доказаната необходимост от ограничаване на глобалното затопляне до 2°C. Предвижда се те да започнат през 2013 г. и да завършат до 2015 г., като резултатите от тях ще бъдат отразени в новото споразумение за климата.

По време на научния форум са договорени и начините за изпълнение на национални планове за адаптиране в най-слабо развитите страни, включително обвързването им с финансова подкрепа.

Според някои мнения преговорите от Конференцията се оценчават като провал, други говорят за 15% успех, тъй като договореният втори етап на Протокола, който започна да тече от 1 януари 2013 г., покрива едва 15 на сто от световните парникови емисии. Канада, Япония, Нова Зеландия и Русия се

оттеглят, а Съединените Американски Щати не се присъединяват. В тези процеси впечатление прави и изявлението на комисаря на ЕС по въпросите на климата г-жа Кони Хедегор, която заявява: *„Това пътуване не беше леко. Не беше красиво. Не беше и бързо, но ние успяхме да преминем моста и се надяваме, че ще увеличим скоростта.“* Международният говорител на природо-защитната организация „Приятел на Земята“ Асад Рехман определя срещата в Доха *„празна като мираж в пустиня“*, *„Тези разговори не доведоха до нищо – няма реален напредък за намаляване на парниковите газове, а само обиден жест на финансиране на борбата с изменението на климата“*.²

Следващата и последна към настоящия момент конференция на ООН по въпросите за климата се провежда в периода от 11 до 22 ноември 2013 г. във Варшава, Полша, под логото „Загрижен съм“. Целта на срещата е да се създаде солидна основа за постигане на глобално споразумение за ограничаване на климатичните промени през 2015 г., целящо намаляване на вредните емисии, както и задействането на така наречения Зелен фонд за подпомагане на засегнатите от промените в климата държави.³ Проведеният научен форум обаче се оказва не особено ползотворен. Едва в последния ден от срещата представителите на 192-те държави участнички в конференцията на ООН за климата се договарят за подписване на нов пакт за намаляване на емисиите парникови газове в глобален аспект до 2015 г. и влизането му в сила до 2020 г. Споразумението предвижда всички държави, в това число и промишлено развитите, да съставят собствени планове за редуцирането на емисиите CO₂ в атмосферата, като този процес се

¹ Протоколът от Киото е подписан през 1997 г. в рамките на Конвенцията на ООН по изменение на климата. Публикуван е през 2002 г. (O.J. L130/4). Той регулира шест вида газове с парников ефект: въглероден диоксид, метан, диазотен оксид, флуоровъглеродороди, перфлуоровъглеродороди и серен хексафлуорид. Договарящите страни се задължават да ограничат емисиите от тези шест газа за периода 2008 – 2012 г.

² Пак там.

³ Извлечено на 14.01.2014 г. от http://www.novinar.net/news/klimatichnite-problemi-otnovo-vav-fokusa_NDQ2MjsyMA==.html

очаква да бъде завършен до първото тримесечие на 2015 г.¹ По този начин се слага край на продължилите дълги години спорове между развити и развиващи се държави относно споделянето на задълженията за намаляване на вредните емисии, отговорни за всички значими промени в климата. Според сега действащия Протокол от Киото само най-развитите държави са задължени да ограничат емисиите си парникови газове, но той не бе подписан от най-големите замърсители - САЩ, Китай и Индия.

Европейският съюз приветства постигнатите резултати от проведената конференция на ООН за климата и смята, че те представляват „крачка напред в международните усилия за борба с последствията от климатичните промени“.²

На проведените конференции и научни форуми представителите на държавите и експертите от ООН представят идеи, провъзгласяват нови приоритети и потвърждават колективни

ангажменти, отнасящи се до предприемането на мерки за опазване на околната среда, които служат за ориентир при формулиране на целите и акцентите на Европейския съюз в осъществяваната от него политика в областта на околната среда.

Безспорно през последните 40 години се увеличават отрицателните тенденции за промяна на околната среда и на жизнени условия на човека. В перспектива се очаква тяхното увеличаване или, в най-добрия случай, запазване. Понастоящем на природата не се гледа като на капитал за човечеството, тя е неговото естествено обкръжение, а човекът се явява един от множеството ѝ елементи. Ето защо считам, че главната цел на проведените под егидата на ООН конференции по опазване на околната среда е насочена към установяването на хармония между развитието на човечеството и благоприятното състояние на природната среда. До голяма степен тази цел би могла да бъде реализирана.

¹ За повече информация вж: <http://flip.bg/cluster/98ca5b1a15a1d2df585751ba72ab17a6>

² Пак там

Гл. ас. д-р ЦВЕТАНА К. АНТИПЕШЕВА

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**ОБРАЗОВАТЕЛНИ ТЕНДЕНЦИИ В ОБУЧЕНИЕТО ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО
(Национални и регионални аспекти)**

**EDUCATIVE TENDENCES IN THE TRAINING ON ENTREPRENEURSHIP
(National and regional aspects)**

Ass. Prof. Dr. TSVETANA K. ANTIPESHEVA

SOUTH-WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The aims of the educative reforms, related to the training in business undertaking have been treated. Mastery of economy and business undertaking knowledge has been traced out since the primary up to the higher education. The national and regional aspects of the problem have been examined.

Key words: education, training, business undertaking

Изграждането на модерна образователна система днес е едно от най-важните условия за просперитета на Р България. Промените от политически, икономически и културен характер, продиктувани от прехода към гражданско общество, налагат изменения и в образованието. Това е много важен въпрос, тъй като то е една от най-отговорните области на социалната дейност. Образованието е съществен фактор за икономическия и културен възход на нацията. Осигурява системата от знания, умения и ценности, определящи държавната политика на всяка страна, с оглед на потребностите и приоритетите ѝ.

Университетските програми се изменят много по-често от училищните, но и те не успяват да догонят тази преоценка на ценностите, която протича в науката. Проблемът с привеждане на системата на образование в съответствие с изискванията на икономиката не може да стане с частични мерки и дребни усъвършенствания. Подготовката на кадри в средното и висше училище по

традиция се ориентира към създаване на добри изпълнители. И това доскоро удовлетворяваше обществото. Главната цел на образованието беше да запознае учащите се с различни знания и факти, изпъстрени с множество числа, които бързо остаряват или се забравят. То имаше доста описателен и фактологичен характер. В процеса на обучение вече се налага да се увеличи умственото развитие на учащите се, тяхната възможност за критически анализ и самостоятелно осмисляне на изучавания материал. Запомнянето и заучаването също имат своето място, но тяхната роля вече е второстепенна.

Процесите, които протичат в цялото ни общество, дават своето отражение както върху науката, така и върху образованието. Както се реорганизират цели икономики, така трябва да се реорганизира и разпределението на знания и символите, чрез които се предават те. Това означава да се създадат нови мрежи от знания, развиващи нови заключения, теории, хипотези и представи. На учащите се трябва да се дадат познания как да

мислят, как да учат и как да творят. Или, казано с други думи, образователните реформи трябва да очертават две основни цели, свързани с:

- създаване на образователна система, способна да се адаптира към изискванията на съвременното и бъдещото поколение чрез адекватни педагогически интервенции в образователните институции;

- формиране на личност с компетенции, базирани върху поведение, което се обуславя от развитието на нейните качества и способности, от отношението и *начините на овладяване* на технологичната рамка на съществуващия свят.

С основание може да се предположи, че ситуацията в бизнеса се дължи на недостатъчно добрата организация на обучението по предприемачество в страната. Нещо повече, в средносрочен и дългосрочен план развитието на предприемачеството като цяло води до развитие не само на малкия, но и на големия бизнес. Подкрепата на предприемачеството у нас е в основата на цялостното развитие на българската икономика, включително и нейната конкурентноспособност. Все повече европейски страни осъзнават, че икономическото възстановяване от кризата и връщането към растеж изискват повече предприемачество. Това е така, защото предприемачеството прави икономиката по-конкурентна и иновативна, и създава заетост. Тази нова ориентация е фиксирана и в много основни документи на ЕС от 2011 г. до днес. Предприемачеството и свързаната с него готовност за поемане на рискове следва да се приветства от политическите лидери и медиите, и да се подпомага от административните органи. В националната стратегия за подпомагане на малките и средни предприятия 2014 – 2020 г. се казва, че „България следва да създава и поддържа среда, в която предприе-

мачите могат да преуспяват и предприемчивостта да се възнаграждава. България следва да полага грижа за бъдещите предприемачи, по-специално като насърчава предприемаческия интерес и талант, особено сред учениците, младите хора и сред жените.“ [3]

Крайният резултат на обучението са професионалните компетенции от различен вид и степен. Не е редно предприемаческите знания, умения, отношения и поведения да се концептуират чак в горната училищна степен. В тази логика формирането на съвременна икономическа култура трябва да започне пределно рано, базирайки се върху еволюционния принцип на познанието. В нашата страна обучението, включващо знания по икономика и предприемачество, започва от началното образование в часовете по Труд и техника като част от технологичното обучение. То акумулира своето образователно съдържание от изключително динамични производителни направления и тенденции. Като такова в него се включват базисни елементи от техническо, природонаучно, социално, икономическо и др. знание от съдържателните блокове на съвременната за даден етап технологична култура. Образователната дейност в културно – образователната област (КОО) ”Бит и технологии” е предназначена да изгради основите на технологичната грамотност и компетентност на учениците като съществен елемент на тяхната обща култура. Учебните предмети в тази област представляват своеобразни стъпала за преминаване от процеса на изграждане на култура на бита на отделната личност към процеса на изграждане на базисни умения за нейното бъдещо кариерно развитие. Разглеждайки държавните образователни изисквания за учебно съдържание

[1], може да се изтъкнат следните особености:

- Учебният предмет „Домашен бит и техника“ (I – IV) клас акцентира върху началното навлизане в многообразния свят на техниката и технологиите през призмата на опознаване на всекидневните дейности и средства, които присъстват в реалния живот на детето. Започвайки от първи клас се въвеждат подходящи икономически понятия като част от живота му.

- Учебният предмет „Домашна техника и икономика“ (V – VI) клас развива знанията по посока на началното разбиране на връзките: култура на бита – техника и технологии; икономика – техника и технологии; научни открития – техника и технологии. Очевидно тук нараства приоритетът на икономическото знание.

- Учебният предмет „Технологии“ (VII – VIII) клас изгражда общия базис на технологичната компетентност на учениците, завършващи основно образование, която компетентност да ги ориентира към кариерния им избор в областта на социалните, икономическите или индустриални технологии. Учебният предмет „Технологии“ представлява преход между основния етап на общообразователната подготовка и периода, в който за голяма част от учениците се извършва начална професионална подготовка. Чрез преподаването на „Технологии“ става избор на основните насоки на бъдещата кариера на личността или конкретен избор за бъдещата квалификация в една или друга професионална област.

- Съвременният дискурс към гимназиалното технологично обучение се базира на връзката между поетата образователна политика в рамките на КОО „Бит и технологии“ и заложената в Националната програма за развитие на училищното образование до 2015 г. стратегия за продължаване на обучението по технологии и в

гимназиалния етап на СОУ. Технологичното обучение в гимназиалния курс следва да се въведе като едно логическо продължение на обучението по този предмет от VIII клас, като на учениците се даде възможност да затвърдят своите икономически и технологични знания, да „трансферират“ уменията и надграждат компетентностите, усвоени дотогава.

Достигайки до гимназиалния курс, обучението става в профилирани гимназии. Тези, които въвеждат основно икономическите знания, са професионалните гимназии по икономика. Обучението по предприемачество в средните училища Джуниър Ачийвмънт България започва със създаването през 1997 г. на Junior Achievement Bulgaria. Стартирането е с 10 пилотни класа, а днес се предлагат 24 образователни курса и бизнес програми с над 30 000 ученици в цяла България. Мисията на Джуниър Ачийвмънт България е да образова и вдъхновява младите хора да ценят свободната инициатива, бизнеса и икономиката, за да подобрят качеството на живота си. Подготвя ги да успяват на полето на глобалната икономика. През академичната 2009—2010 г. програмите на Джуниър Ачийвмънт България се преподават от 680 учители в повече от 450 учебни заведения в над 100 населени места. От 1997 г. насам повече от 130 000 ученици, 920 учебни компании и 3000 бизнес консултанти са участвали в дейностите на обучителната програма.

През 1996 г. учители от Националната финансово-стопанска гимназия създават Център за учебно-тренировъчни фирми, който от 1999 става звено към Министерството на образованието. Създаването на такива фирми е подкрепено от програмата ECO NET през 2001 г. Проектът е финансиран от Австрийското външно министерство и реализиран с помощта на Култур Контакт Австрия и бюро за проекти k.education. ECO NET обхваща почти всички страни

от Югоизточна Европа. Основните дейности включват създаване и разширяване на мрежата от учебно-тренировъчни фирми (УТФ); обучение на учители, директори и други представители на образователни институции по управление на проекти, бизнес комуникации и ръководство на УТФ.

В рамките на Благоевград икономическите знания се изучават в ПГИ „Иван Илиев“. Създадена е през 1949 г. като Търговска гимназия с четири паралелки. В момента обучава ученици по следните специалности: Банково дело, Застрахователно и осигурително дело, Икономика и мениджмънт, Бизнес администрация, Оперативно счетоводство, Финансова отчетност, Електронна търговия, Икономическа информатика. Дисциплината предприемачество се изучава в професионално направление стопанско управление и администрация. Преподава се цяла година по два часа седмично. Дава информация както за основите на предприемачеството, така и за фигурата на предприемача – мотивация, ценности, възгледи. Особен интерес представлява стартирането на собствен бизнес с неговото финансиране и данъчна политика. Към гимназията е ситуиран учебно-тренировъчен център, чрез който възпитаниците на училището работят в реална офис среда в рамките на часовете по предмета "Учебно-тренировъчна фирма" (УТФ). Учебно-тренировъчната фирма е модел на предприятие, предназначен за учебни цели. Този модел разрешава възпроизвеждане на различни по своята трудност процеси от „реалната“ дейност на предприятието, така че те да станат прозрачни и разбираеми за учебния процес. Учебно-тренировъчната фирма е подходяща за овладяване, изпробване и задълбочаване както на икономическите знания, така и на умения и поведенчески модели във всички структурни звена на едно предприятие: от характерните за

сътрудника-специалист в даден отдел до тези на предприемача. В учебно-тренировъчната фирма се извършват всички характерни за икономическата практика на бранша търговски операции – от снабдяване, през предоставянето на услуги до пласмента. Свързаните с това търговски дейности трябва да се извършват от обучаемия в съответствие с обичайната търговска практика и изискванията на закона. В действителност обаче стоките и услугите, както и необходимите за извършването на плащанията пари реално не съществуват. Изготвят се необходимата за предприятията информация и документи, като обменът им се извършва с помощта на съвременните технологични и информационни средства. Всяка учебно-тренировъчна фирма, в съответствие със стопанската практика, е структурирана по отдели. Учениците минават през различни отдели и изпълняват специфичната за тяхното функциониране дейност. В учебно-тренировъчната фирма може да се натрупат знания и опит в областта на икономиката и на търговията. Това внася динамика в ученето. Учениците влизат в ролята на ръководители и сътрудници, някои изграждат предприемачески дух, учителите пък приемат функциите на фирмени консултанти, а някои – и управлението на фирмата. В момента са обособени 36 УТФ от сферата на търговията, банковото дело, застрахователната дейност и туристическите услуги. С някои от тях учениците участват в Международни панаири на УТФ "ТФ ФЕСТ" от 2007 г. насам. [2]

За обучението по предприемачество в коледжите и висшите училища може да се каже следното: според данните на МОНМ понастоящем в България има 51 акредитирани висши училища и колежи, предлагащи висше образование. Почти във всички от тях има факултети, специалности, отделни курсове или

дисциплини, свързани с обучението по икономика, мениджмънт и предприемачество. В тях се изучават базови дисциплини като микро и макро-икономика, математика, статистика, счетоводство, мениджмънт, маркетинг и др. Има основание да се смята, че обучението по предприемачество във ВУЗ се основава на тясното разбиране на предприемачеството само като знания и учения за създаване и управление на фирма. Вероятно и поради това то е насочено главно към студентите от специалностите по икономика и мениджмънт. Мнозинството от курсове по предприемачество се предлагат в специалностите по икономика и бизнес. Експертната оценка е, че обучението по предприемачество не трябва да се смесва с общото обучение по тези специалности. То има за цел да насърчава творчеството, иновациите и самозаетостта. Могат да се посочат и следните слабости, отнасящи се до организацията на обучението: няма специализиран преподавателски състав, преобладават учебни методи като лекции, много по-малко се използват интерактивните методи, липсва интегрирането на обучението по предприемачество в учебните програми, което би могло хоризонтално да се разпрости във всички научни и учебни полета. Недостатъчни са и връзките с реалния бизнес.

В сферата на висшето образование в региона обучението по предприемачество става в ЮЗУ „Н. Рилски“. Дисциплината със същото име е задължителна и се изучава от специалността „Маркетинг“, Стопански факултет, в трети курс. Целта на учебната дисциплина е студентите да получат задълбочени знания по теоретичните и практическите проблеми на предприемачеството и да се запознаят с основни подходи на неговата реализация в съвременните условия. Проследявайки учебната програма се

вижда, че в лекционния материал се разглежда развитието на предприемачеството и малкия и среден бизнес в Р България, както и държавната политика за поддръжката им. Обсъждат се и условията на глобализация – проблеми, подходи за оценка и фактори за повишаване на конкурентната способност. Разглеждат се и институционалните предпоставки за развитие на предприемачеството и малкия бизнес в САЩ и страните от ЕС. Упражненията са структурирани чрез много дискусии и решаването на различни казуси. Като краен резултат студентите трябва да са придобили основни знания и умения как да организират и управляват предприемаческия бизнес, да прилагат предприемачески подходи и стратегии. Аналогични знания, макар и в друг аспект, получават и студентите от специалността Техника, технологии и предприемачество от факултета по Педагогика. Те изучават дисциплините Методика на формирането на икономическа култура в технологичното обучение и Методика на предприемаческото обучение като част от специалните методики. Така бъдещите учители в КОО „Бит и технологии“ се подготвят за непрекъснато изменящите се условия на средата и труда, технологиите и икономиката. Новата парадигма, изразяваща се в радикални социално – икономически промени в българското общество, поражда нова концепция в образованието и в частност в българското технологично обучение. Образователната дейност в тази КОО има за цел да формира технологична грамотност и компетентност на учениците като съществен елемент на тяхната обща култура. Технологичната грамотност е способността да се използват, управляват, определят и разбират различните видове технологии, включително и икономическите. Тя

включва знания, способности и тяхното приложение в реални ситуации.

Логичен е въпросът – могат ли и педагозите да имат дял в създаването на такова икономическо общество, в което предприемачеството да бъде поставено на пиедестал и да стане основен фактор в работата на бизнеса. Не е ли правилно да се обединят усилията и на двата вида специалисти за изграждане на по – широкопрофилни кадри? Би могло да се помисли и за създаване на отделна специалност, обединяваща посочените знания.

Крайният резултат на обучението са знанията, прерастването им в професионални компетенции и възможностите за прилагането им. Очевидно е, че знанията трябва да включват в себе си и съответстващите, основани на тях умения, иначе те остават празни, словесни знания. От друга страна уменията трябва да се

основават на знания, за да бъдат съзнателни, а не опитно налучкани. Решавайки дадена ситуация, зад нея се оформят цял клас аналогични ситуации и може да се дефинира общ начин за решаване, който е характерен за тях. Така той може да се прилага и в други конкретни условия. Всеки елемент на новост развива мисленето, зад което се проявява сравнително устойчивата структура на вече наученото. Неща, много необходими при обучението по предприемачество. Зависимостта между общественото развитие и образованието е очевидна. Затова и цялото общество е заинтересовано от актуализиране на образователната стратегия. Необходима е качествено нова подготовка на трудовите ресурси. Чрез професионално – квалификационното развитие на младите хора се осигурява тяхната пълна реализация.

ЛИТЕРАТУРА

1. www.minedu.government.bg
2. www.pgiblg.com
3. www.strategy.bg

Доц. д-р АКУЛИНА СТЕФАНОВА

Доц. д-р СТОЙЧО СТЕФАНОВ

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ" - БЛАГОЕВГРАД

МЯСТОТО НА НЕФОРМАЛНОТО ОБУЧЕНИЕ В УЧЕНЕТО ПРЕЗ ЦЕЛИЯ ЖИВОТ

THE PLACE OF INFORMAL LEARNING IN THE LIFELONG LEARNING PROCESS

Assoc. Prof. AKULINA STEFANOVA, Ph.D

Assoc. Prof. STOYCHO STEFANOV, Ph.D

SOUTH WEST UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The realized necessity of constant self-improvement and the ability to maintain current knowledge and skills that meet the requirements of the labor market are some of the major factors driving people to never stop learning. This philosophy is integral part of all European Union documents related to learning. It is believed that the continual improvement of the individual not only expands his knowledge and skills in a particular field, but also helps to increase his competitiveness and employability.

Key words: formal and informal learning, lifelong learning

Повече от 15 години в България се провежда реформа в областта на професионалното образование и обучение, което трябва да съответства на променящите се нужди на пазара на труда. Въз основа на актуалното развитие на образованието и обучението в България и добрите практики се очертават главните тенденции в развитието и усъвършенстването на професионалното образование и обучение в периода 2007 - 2013 г., за да се постигнат, от една страна, целите на Лисабонската стратегия и Копенхагенския процес и от друга – задачите, залегнали в правителствените документи за икономическо развитие и европейска интеграция. Като страна - член на Европейската общност България се съобразява с европейските стратегии, политики и практики, както в областта на професионалното образование и обучение, така и в продължаващо професионално образование и обучение [4] .

Обучението, като приоритет на самия индивид, се подчинява на

философията за учене през целия живот и набира все по-голяма популярност в развитите икономически страни. Според резолюцията на Съвета на Европа от 27 юни 2002 г. ученето през целия живот обхваща всички целенасочени дейности за обучение, предприемани с цел подобряване на знанията, уменията и компетентността на отделния човек, както от професионален, така и от общ интерес - за лични, граждански и социални цели [3] .

Ученето през целия живот включва формалното, неформалното и самостоятелното (информалното) обучение. Разликите между трите форми на обучение са, че формалното е свързано с придобиване на определена образователна степен, неформалното е свързано с участието в курсове, семинари, частни уроци и други, което изключва възможността за придобиване на образователна степен, а информалното обучение е свързано със самостоятелно целенасочено придобиване на знания и умения, без участието на преподавател.

Редица международни институции имат определена визия за този вид дейност. За представителите на [Световната банка](#) ученето през целия живот е от съществено значение за физическите лица, за да бъдат в крак с постоянно променящия се глобален пазар на работни места, с дестабилизацията на променящата се работна среда, изискванията на новите технологии, демографските проблеми и други. Така обучението през целия живот помага на човек да се приспособи към все по-променящия се свят. [ЮНЕСКО](#) акцентира върху хуманността на ученето през целия живот и любовта на човека към живота, възможност за по-цялостно развитие на личността, която ще има възможност за по-ефективно упражняване на демократичен контрол върху икономическото, научното и технологичното развитие на обществото. Организацията за икономическо сътрудничество и развитие подчертава централната роля на обучаващият се, неговата мотивация за учене, променящите се приоритети в живота на човека и възможността за непрекъснато учене във всички форми на формалното, неформалното и информалното обучение [1].

Участието на населението в ученето през целия живот като цяло в България е значително по-ниско в сравнение със средното за страните от Европейския съюз. Според проведено изследване през 2012 – 2013 г. общият брой на лицата на възраст от 25 до 64 години, участващи в поне една форма на обучение (формално, неформално или самостоятелно) е с около 2,5 пъти по-ниско от това в Европейския съюз, като резултатите от изследването показват, че предпочитаната форма за повишаване на знанията и уменията е самостоятелното учене - четене на печатни издания, използване на информация от интернет, гледане/слушане на образователни програми, аудио- и видеокасети, компактдискове, посещение на библиотеки, учебни центрове и други.

Няма съществени различия в участието на мъжете и жените при ученето през целия живот, въпреки че в по-голямата част от страните степента на участие на жените е по-голяма от тази на мъжете. Местоживеенето обаче оказва значително влияние върху степента на това участие. Живеещите в градовете имат три пъти по-голямо участие, в сравнение с живеещите в селата. Най-активно в поне една форма на обучение участват младите хора на възраст от 16 до 24 години. Процентът на участие в обучението намалява значително с възрастта. Това е свързано с факта, че по-младите хора много по-активно участват в различните форми на формалното, неформалното и самостоятелното обучение. Такова е положението и в другите страни.

Участието на населението в България в неформалното учене е твърде ниско в сравнение със страните от Европейския съюз. Според резултатите от изследването, около 2% от населението на 16 и повече години у нас е участвало в някаква форма на неформално обучение през последната една година, а между мъжете и жените по отношение на тяхното участие в неформалното обучение почти няма разлика. Местоживеенето обаче съществено влияе върху участието на хората в неформални учебни дейности. Независимо от ниските равнища на участие, все пак живеещите в градовете лица на 16 и повече години имат по-голямо участие, отколкото живеещите в селата.

Според данните за участието на населението в неформалното образование по възрастови групи със сравнително най-високо равнище на участие са младите хора от възрастовата група от 16 до 24 години. С напредване на възрастта равнището на участие намалява, както при мъжете, така и при жените.

Степента на образование също влияе върху участието на населението в неформалното обучение. Участието на хората с висше образование е

значително по-активно, отколкото при тези със средно образование. Равнището на участие в неформалното учене на хората с основно и по-ниско образование е изключително слабо. Подобна по отношение на фактора завършено образование е и картината на участието на населението в неформалното обучение и в страните от Европейския съюз, но то е на значително по-високи равнища. Степента на участие в неформалното учене на хората с висше образование е многократно по-ниска от средната за страните от Европейския съюз. [5]

Данните от редица изследвания и международни сравнения показват съществено изоставане на страната ни по отношение на участието на човешките ресурси в обучаващи дейности. Чрез продължаващото професионалното обучение се създават условия за разширяване на възможностите за инди-

видуално планиране на обучението. Налице са повишаване на потребностите от предприемачески знания в областта на мениджмънта на малките и средни предприятия, счетоводството, информационните и компютърни технологии, езиковото обучение и други. Вече е повече от ясно, че успешният път за развитието на България зависи изключително от качеството на човешкия фактор. [2] .

Високото равнище на безработицата е важен мотивационен фактор за участие в продължаващо професионалното обучение, а процесът на европейска интеграция на страната с повишаване на възможностите за работа в страните от Европейския съюз е един от основните фактори за трайно силен интерес към езиково обучение и развиване на езиковите умения в различните професионални области.

ЛИТЕРАТУРА

1. Меморандум за непрекъснатото професионално образование. Европейска комисия за образованието. Брюксел, 2000.
2. Национална стратегия за ППО за периода 2005-2010 г.
3. Програма за учене през целия живот 2007-2013 г., Център за развитие на човешките ресурси.
4. Продължаващо професионално образование и обучение – състояние и перспективи, Сборник научни статии, Университетско издателство "Н.Рилски", Благоевград, 2008.
5. Стефанова, Ак. Методика на продължаващото професионално образование и обучение в туризма, Университетско издателство "Н. Рилски", Благоевград, 2009.

НОВИ КНИГИ

NEW BOOKS

Геновева Михова

Демографската политика в България. Традиции, обществени потребности, съвременни измерения. АИ „Проф. Марин Дринов“, С., 2013, 239 с.

Във монографията е представен демографският път на България от 135 години, белязан с историческата ѝ участ и преживените национални драми и изпитания. Проследена е политиката за населението и нейните приоритети, свързани с издигане ролята на демографския фактор в развитието, компенсирането на загубите на човешкия потенциал, овладяване на миграционните движения и устройване на бежанците, укрепване на семейната институция и поощряване на раждаемостта, балансиране междупоколенческите отношения. Отразен е националният опит и традиции в областта на държавната подкрепа на демографското възпроизводство, безспорен капитал за посрещане на съвременните предизвикателства, свързани с числения спад и стареенето на населението при тревожно нарастване на смъртността. Главният урок от вековния опит в развитието на българската нация е, че тя е успявала да преодолее редица исторически сътресения и отново да поеме пътя за съхраняване и умножаване на рода български.

Съдържанието е структурирано в четири глави, посветени съответно на демографските процеси и политики (гл. 1); пронаталистична ориентация в социалните политики на българската държава (1888 – 1944 г.) (гл. 2); социалистическата държава и демографското възпроизводство (гл. 3); инверсия на демографското развитие и ответственост на политиките в преход към пазарна икономика (гл. 4) и като обобщение „...демографската политика – поглед в бъдещето“. Посочена е обстойна литература на кирилица и латиница (с. 231 – 238).

Книгата е с богато познавателно съдържание, изградено на базата на достоверен доказателствен материал, задълбочен аналитичен поглед и безспорен актуален акцент върху демографските проблеми и тяхното отражение в демографските политики и практики.

Димитър Радилов

Икономическа статистика. Изд. „Наука и икономика“ Икономически университет – Варна, 2013, 455 с.

Изданието „Икономическа статистика“ е съвременен учебник, в който са съобразени изисквания на учебни програми и са отразени методологичните особености на Европейската система на национални сметки (ЕСС'95) със системата от регламенти, използвани в Евростат и НСИ, а също промените в законодателството, относно статистиката у нас. Посочени са международните статистически стандарти на ММФ, на МОТ, на Статистическия департамент към ООН.

В новото (трето издание) на икономическата статистика, авторът проф. Радилов, доктор на икономическите науки разбираемо представя обекта на изучаването – знанията на националната икономика на Република България и предмета – методологията за създаване и анализ на числено статистическа информация, като целта на обучението е формиране на методологични и практикоприложни знания за националната система при производство на статистическа информация за икономиката, на база съвкупностния подход и за

възможностите правилно да се използват статистическите методи за анализ и формиране на статистическо мислене.

Проблематиката, обект и предмет на изучаване в икономическата статистика е представена в 13 глави, в т. ч. гл. 1 „Въведение в теорията на икономическата статистика“ и гл. 2 „Система на националните сметки, като интегрирана основа на икономическата статистика“, в която подробно е разгледано използването на системата за национални сметки от възникването и развитието и до днес. В съдържателно отношение изданието обхваща цялата възможна пълнота на източници (национални и международни) за системата за национални сметки. Подробно е представена методологията на статистическото изучаване по сектори на икономиката: реален (гл. 3, 4, 5, 6, 7, 8); фискален (гл. 9, 10); парично-кредитен (гл. 11); външен (гл. 12, 13), които представят структуроопределящата част от съдържанието на теорията и практиката на икономическата статистика.

Доминиращият монографичен стил, подходящото структурно изложение и основно ясният и точен изказ представлява за икономистите и докторантите от различните специалности полезно и необходимо специализирано издание.

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

Главен редактор

проф. д-р Чавдар Николов

Зам. гл. редактор

доц. д-р Рая Мадгерова

Редакционна колегия

проф. д-р Георги Л. Георгиев
доц. д-р Георги П. Георгиев
проф. 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)
проф. Пауло Агуаш
(Факултет по Мениджмънт, гостоприемство
и туризъм на Университета на Алгарв, Португалия)
проф. Хосе Антонио Консейшо Сантош
(Факултет по Мениджмънт, гостоприемство
и туризъм на Университета на Алгарв, Португалия)
доц. д-р Стефан Бойнец
(Университет в Приморска
Факултет по мениджмънт – Копер, Словения)
Академик Татяна Константинова
(Директор на Института по екология и
география на Академия на науките, Молдова)
доц. д-р Ченгиз Демир
(Факултет по икономика и административни
науки, Университет ЕГЕ, Измир, Турция)

Отговорен редактор

доц. д-р Десислава Стоилова

доц. д-р Преслав Димитров

Коректор:

Любов Иванова

Радка Андасарова

Технически редактор и дизайн

Лъчезар Гогов

Chief Editor

Prof. Dr. Chavdar Nikolov

Deputy Chief Editor

Assoc. Prof. Dr. Raya Madgerova

Editorial Board

Prof. Dr. Georgy L. Georgiev
Assoc. Prof. Dr. Georgy P. Georgiev
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)
Prof. Paulo Águas
(The School of Management, Hospitality
and Tourism of The University of Algarve, Portugal)
Prof. José António Conceição Santos
(The School of Management, Hospitality and
Tourism of The University of Algarve, Portugal)
Assoc. Prof. Dr. Stefan Bojnec
(University of Primorska
Faculty of Management Koper – Slovenia)
Acad. Tatiana Constantinova
(Dir. of the Inst. of Ecology and Geography
of Academy of Sciences of Moldova)
Associate Prof. Dr. Cengiz Demir
(Faculty of Economics and Administrative
Sciences EGE University, Izmir, Turkey)

Production Editor

Associate Prof. Dr. Desislava Stoilova

Associate Prof. Dr. Preslav Dimitrov

Spelling Corrector

Lyubov Ivanova

Radka Andasarova

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 – Международен книгообмен – Москва, Россия; Институт научной информации по общественным наукам Академии наук РФ – Москва, Россия.

Адрес на редакцията:

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

Editor's office address:

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